ORIENTASI BARU DALAM

MANAJEMEN DAN PENGEMBANGAN

Sumber Daya Manusia

Rr Sri Kartikowati | Yani Dahliani | Sunardi | Retni Rita | Hesti Sabrina
Shorihatul Inayah | Muhammad Rizqi Zati | Wisnu Rayhan Adhitya | Damiasih
Deden Rahmanudin | Badruzzaman | Bradley Setiyadi | Hendra Saputra
Sukataman | Enni Hartati | Yohana Maria Dolorosa Mahin | Rosalia Heldy Nono
Sri Yulia Sari | Husni Awali | Dina Sarah Syahreza | Umi Salamah | Erwin Komara M.
Nana Kristiawan | Linardo Pratama | Ambar Maolana | Leonardus Winokus Dino Setiawan
Bonefasius Berdi | Kirenius Conny Chapry Watang | Imamul Khaira | Purwati

Editor:
Dr. Adi Wijayanto, S.Or., S.Kom., M.Pd., AIFO.
Prof. Dr. Apridar, S.E., M.Si. | Dr. Ika Novitaria Marani, S.Pd, SE, M.Si
Muhammad Ardli Mubarok, M.Pd | Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A

UNIVERSITAS NEGERI MALANG
UM

ORIENTASI BARU

DALAM MANAJEMEN DAN PENGEMBANGAN

SUMBER DAYA MANUSIA

| Rr Sri Kartikowati | Yani Dahliani | Sunardi | Retni Rita |
| Hesti Sabrina | Shorihatul Inayah | Muhammad Rizqi Zati |
| Wisnu Rayhan Adhitya | Damiasih | Deden Rahmanudin |
| Badruzzaman | Bradley Setiyadi | Hendra Saputra |
| Sukataman | Enni Hartati | Yohana Maria Dolorosa Mahin |
| Rosalia Heldy Nono | Sri Yulia Sari | Husni Awali |
| Dina Sarah Syahreza | Umi Salamah | Erwin Komara M. |
| Nana Kristiawan | Linardo Pratama | Ambar Maolana |
| Leonardus Winokus Dino Setiawan| Bonefasius Berdi |
| Kirenius Conny Chapry Watang | Imamul Khaira | Purwati |

Editor:
Dr. Adi Wijayanto, S.Or., S.Kom., M.Pd., AIFO.
Prof. Dr. Apridar, S.E., M.Si.
Dr. Ika Novitaria Marani, S.Pd, SE, M.Si
Muhammad Ardli Mubarok, M.Pd
Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A

Pengantar:
Prof. Dr. H. Akhyak, M.Ag.
Direktur Pascasarjana UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

AKADEMIA
PUSTAKA

Orientasi Baru dalam Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Copyright © Rr Sri Kartikowati, *dkk*, 2024.
Hak cipta dilindungi undang-undang
All right reserved

Editor: Adi Wijayanto, *dkk*
Layout: Kowim Sabilillah
Desain cover: Diky M. Fauzi
viii + 201 hlm: 14 x 21 cm
Cetakan Pertama, Agustus, 2024
ISBN: 978-623-157-108-3

Anggota IKAPI
Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Diterbitkan oleh:
Akademia Pustaka
Jl. Raya Sumbergempol, Sumberdadi, Tulungagung
Telp: 081807413208
Email: redaksi.akademia.pustaka@gmail.com
Website: www.akademiapustaka.com

Kata Pengantar

Alhamdulillahi Rabbilalamin kehadirat Allah SWT yang maha kuasa atas perkenan-Nya buku edisi September tahun 2024 yang berjudul ***"Orientasi Baru dalam Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia"*** dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya atas sumbangsih ide/gagasan dan pemikiran dari pelaksana pendidikan, berbagai pihak dan berbagai institusi yang terkait.

Kehadiran buku dengasn judul ***"Orientasi Baru dalam Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia"*** dapat memberi wawasan mengenai arah baru manajemen pada era digital, peningkatan mutu manajemen dan sumber daya manusia, serta tantangan dan strategi manajemen.

Buku ini terdiri dari tiga bab dengan yang pertama membahas arah baru manajemen pada era digital. Materi tersebut memberikan pengetahuan mengenai terobosan baru manajemen di era digital. Kedua, peningkatan mutu manajemen dan sumber daya manusia. Dengan memuat materi tersebut pelaksana manajemen dapat mengetahui bagaimana peningkatan mutu manajemen dan sumber daya manusia. Ketiga, Tantangan dan strategi manajemen, yang memberikan pengetahuan mengenai berbagai tantangan dan berbagai strategi manajemen.

Kehadiran buku ini sangatlah tepat dalam dunia Manajemen saat ini. Semoga tulisan ringan dengan berbagai topik yang menarik disampaikan para penulis, memberi

manfaat bagi para pembaca, pemangku kebijakan dan masyarakat umum secara luas.

Tulungagung, 1 September 2024

Prof. Dr. H. Akhyak, M.Ag.
Direktur Pascasarjana UIN SATU
(Universitas Islam Negeri
Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)

Daftar Isi

Kata Pengantar
Prof. Dr. H. Akhyak, M.Ag ..... **iii**

Daftar Isi ..... **v**

BAGIAN I
Arah Baru Manajemen pada Era Digital

- **Perspektif Manajemen Pendidikan di Era Digital**
  Dr. Rr. Sri Kartikowati, MA., M.Bus **3**
- **Pengembangan Manajeman Sumber Daya Manusia dalam Era Ekonomi**
  Dr. Hj. Yani Dahliani SE., MM **11**
- **Manajemen Kinerja di Era Digital**
  Sunardi, M.Pd.I **19**
- **Strategi Rahasia Manajemen Karir di Era Digital Mengelola Reputasi dan Jaringan untuk Sukses**
  Retni Rita, S. Sos., M.Si **27**
- **Adaptasi Manajemen Pemasaran Terhadap Transformasi Teknologi dan Dinamika Preferensi Konsumen**
  Hesti Sabrina, SE., M.Si **33**
- **Integrasi Teknologi Digital dalam Manajemen Kantin Madrasah Adiwiyata**
  Shorihatul Inayah, S.Pd., M.Si **41**

• **Kompetensi Sumber Daya Manusia di Era Digital**
Dr. Muhammad Rizqi Zati, S.Pd., M.Si **47**

• **Manajemen Pemasaran di Era Digital**
Wisnu Rayhan Adhitya, S.Ab., M.Si **53**

BAGIAN II
Peningkatan Mutu Manajemen dan Sumber Daya Manusia

• ***Self Management* Dibutuhkan Sebagai Upaya Peningkatan Produktivitas dalam Berkarya**
Dr. Dra. Damiasih, MM., M.Par., CHE., CGSP **63**

• **Pembelajaran *Experiential Learning* dalam Manajemen**
Dr. Deden Rahmanudin, S.Pd.I., M.M **69**

• **Pelayanan Akademik dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pendidikan**
Dr. Badruzzaman, M.Si **77**

• **Akreditasi Bermutu untuk Pendidikan Bermutu**
Bradley Setiyadi, S.Pt., M.Pd **85**

• **Transformasi Manajemen Agribisnis: Kunci Kesuksesan dan Kesejahteraan Petani**
Hendra Saputra, SE.,M.Si.....**93**

• **Kepemimpinan Karismatik Kepala Madrasah Ibtidaiyah Miftahul Mubtadiin Kedungwaru dalam Membangun Karakter Peserta Didik**
Sukataman, M.Pd.....**99**

• **Membangun Moralitas Manajemen Kepemimpinan**
Enni Hartati, SE, M.Si..... **107**

• **Etika dalam Manajemen Sumber Daya Manusia**
Yohana Maria Dolorosa Mahin, S.S, M.M..... **115**

• Implementasi Manajemen Kualitas Total untuk Meningkatkan Produktivitas Bisnis
Rosalia Heldy Nono, S.Kg., MM **119**

• Peranan Strategis Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan
Dr. Sri Yulia Sari, M.Pd.I..... **125**

• Urgensi Kepemimpinan pada Industri di Era Angkatan Kerja Generasi Z
Husni Awali, M.M..... **129**

BAGIAN III
Tantangan dan Strategi Manajemen

• Human Capital Generasi Y dan Generasi Z
Dr. Dina Sarah Syahreza **137**

• Manajemen Pendidikan Islam Berkelanjutan
Dr. Umi Salamah, M.Pd.I **145**

• Tantangan Pengelolaan SMK Teknik Otomotif di Era Mobil Listrik
Erwin Komara Mindarta, S.Pd., M.Pd **149**

• Dinamika Kepemimpinan Sekolah dalam Ruang Pendidikan Swasta di Jakarta
Nana Kristiawan, S.Pd., M.Si..... **155**

• Kekeliruan Berfikir Menurut Ilmu Logika dalam Konteks Manajemen Pendidikan
Linardo Pratama, M.Pd **163**

• Manajemen Pembelajaran Bahasa Inggris dalam Pengembangan Media Dakwah
Ambar Maolana, S.Pd.I M.Pd..... **169**

• Membentuk Kelompok Informal dalam Konteks Kerja Formal
Leonardus Winokus Dino Setiawan,SE., MM..... **177**

• Dinamika Perkembangan Perekonomian Indonesia
Bonefasius Berdi, SP., M.M **181**

• Kewirausahaan Ekologis Sebagai Upaya Pelestarian Lingkungan
Kirenius Conny Chapry Watang, S.T.,M.M **185**

• Peran Teknologi dalam Manajemen Sumber Daya Manusia Pendidikan untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran
Imamul Khaira, S.E., M.M **190**

• Pentingnya Mempelajari Manajemen Risiko bagi Mahasiswa
Purwati, S.E., M.M **197**

BAGIAN I

Arah Baru Manajemen pada Era Digital

Perspektif Manajemen Pendidikan di Era Digital

Dr. Rr. Sri Kartikowati, MA., M.Bus[1]
Universitas Negeri Jakarta

"Manajemen pendidikan era digital memerlukan inovasi teknologi, kemampuan beradaptasi, dan integrasi untuk meningkatkan standar pendidikan dan meningkatkan efisiensi administrasi"

Pendidikan menjadi dasar penting dalam perkembangan pengetahuan dan sosial. Perubahan saat ini, seperti perkembangan teknologi, memerlukan dasar-dasar yang lebih kuat. Selain itu, diperlukan pula dasar secara metodis dalam pendidikan itu sendiri maupun manajemen pelaksanaannya yang mampu mempermudah proses pendidikan (Salim et al., 2022).

[1] Penulis lahir di Jakarta, Februari 1961, merupakan Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyelesaikan gelar Sarjana Pendidikan di Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Jakarta (1982), gelar Magister Administrasi diselesaikan di FISIP Universitas Indonesia, Jakarta (1991), gelar Master of Business in Management Studies diselesaikan di LaTrobe University, Bendigo Victoria, Australia (2000). Selanjutnya Gelar Doktor Manajemen Pendidikan diselesaikan di Universitas Negeri Jakarta (2011). Penulis sejak tahun 1985 telah meniti karir sebagai pendidik di Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS) Universitas Riau, dan sejak bulan September 2023 pindah tugas ke Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Perubahan dan revolusi telah mempengaruhi struktur dan institusi masyarakat di segala bidang mulai dari sejarah hingga saat ini. Institusi pendidikan sedang direstrukturisasi untuk melengkapi sumber daya yang diperlukan dalam ketekunan dan masyarakat (Margulieux et al., 2016) dan (Arman, 2020). Istilah yang secara historis berkembang, pada revolusi 1.0 menggambarkan paradigma pendidikan lama yang menggunakan metode *teacher center* dan menjadikan peserta didik hanya sebagai penerima materi yang pasif; Revolusi 2.0 komunikasi, kerja sama dan kolaborasi antar siswa mulai tumbuh, akan tetapi pembelajaran yang berpusat pada peserta didik (*student centered learning*) belum diimplementasikan; Revolusi 3.0 pembelajaran yang berpusat pada peserta didik (*student centered learning*) sudah diterapkan; dan Revolusi 4.0 kreativitas dan inovasi menjadi sangat penting dan menjadi pusat belajar, dalam arti pendidikan harus mampu membangun kreativitas dan inovasi peserta didik (Purna et al., 2023).

Manajemen pendidikan era digital mempunyai karakteristik yang berbeda dengan manajemen pendidikan tradisional. Era digital memunculkan dinamika yang cepat dan kompleks dalam menghadapi perubahan teknologi yang terus berkembang (Lestari, 2018). Oleh karena itu, konsep manajemen pendidikan di era digital harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan mengoptimalkan pemanfaatannya dalam proses pembelajaran (Ristianah dan Ma'sum, 2022).

Manajemen pendidikan pada era digitalisasi 4.0 mendukung individu untuk mengikuti era inovatif. Sistem literasi ini membantu siswa untuk memperbaiki diri sesuai dengan perubahan kontemporer dalam masyarakat, mendorong para sarjana untuk mengembangkan hubungan dengan teknologi baru. Saat ini, ada keharusan untuk melek huruf seumur hidup dan peningkatan kemampuan akademis menjadi hal yang diperhitungkan. Oleh karena itu, Manajemen pendidikan 4.0 lebih dari sekedar pendidikan formal.

Manajemen pendidikan era digital mampu melampaui sistem pendidikan tradisional berdasarkan fitur pendidikan salah satunya adalah *regular undestanding* atau peningkatan pemahaman belajar melalui penggunaan teknologi (Fenwick dan Edwards, 2016). Hal ini juga sejalan dengan penelitian Puncreobutr (2016), terdapat beberaapa fitur yang mendasari kegiatan dalam manajemen pendidikan, yaitu:

1. Peningkatan pemahaman (Mengingat, Mengaitkan, dan Menyempurnakan)
2. Memicu penelitian (Bertanya, Berinteraksi, dan Menafsirkan)
3. Berorientasi pada hasil (Berpartisipasi, Memproses, dan Mempresentasikan)

Fitur kegiatan manajemen pendidikan dapat digunakan untuk mengetahui, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pembelajaran siswa. Proses yang dijalani merupakan hal penting yang diterapkan dalam manajemen pendidikan agar proses pembelajaran mampu terorganisir dengan baik (Fenwick dan Edwards, 2016).

Manajemen pendidikan era digital mampu mempermudah pendidikan untuk memantau perkembangan kemampuan siswa agar mempermudah strategi dalam evalusi pembelajaran. Mempermudah pembelajaran yang dapat dilakukan dimana saja (*online* dan *offline*) yang menandakan belajar tidak hanya dilakukan dalam ruangan yang sama, namun bisa dilaksanakan di tempat yang berbeda. Selain itu, kemajuan era digital mampu memperluas wawasan budaya karena siswa leluasa terhubung dan bias melakukan kolaborasi dengan siswa lain dari seluruh dunia.

Institusi pendidikan yang maju di Indonesia perlu mampu mengantisipasi masa depan perkembangan teknologi yang pesat di masa revolusi 4.0. Desain kelas dan gaya pendidikan juga harus disesuaikan dengan iklim bisnis yang terus berkembang dan semakin kompetitif bagi perkembangan teknologi dan

informasi selanjutnya (Arman, 2020). Perkembangan manajemen pendidikan era digital di Indonesia (Arman, 2020):

1. Teknologi digital menyediakan *platform* untuk pembelajaran kolaboratif, seperti forum diskusi *online*, alat kolaborasi proyek, dan pembelajaran kelompok. Salah satu *platform digital* yang dapat digunakan adalah Sistem Manajemen Pembelajaran (*Learning Management Systems/LMS*).
2. Mengkaji bagaimana teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan proses pembelajaran. Hal ini mencakup penggunaan e-*learning*, multimedia, simulasi dan permainan edukatif untuk meningkatkan pengalaman belajar.
3. Mengintegrasikan teknologi ke dalam pendidikan sering kali melibatkan perubahan dalam budaya dan praktik sekolah. Konsep ini membantu dalam merencanakan dan mengelola proses perubahan namun tetap dalam konteks yang memajukan pendidikan. Integrasi yang dilakukan memfasilitasi pengembangan keterampilan kritis, kreativitas dan pemecahan masalah yang diperlukan dalam pembelajaran.
4. Peningkatan infrastruktur dan sumber daya fisik. Infrastruktur teknologi yang memadai, seperti jaringan internet yang stabil, perangkat keras yang memadai, dan platform pembelajaran daring yang dapat diakses secara mudah dan aman, menjadi dasar dalam pendidikan di era digital.
5. Sistem pendidikan yang menghasilkan lulusan yang kompetitif. Manajemen pendidikan era digital dapat membantu memberikan pendidikan berkualitas tinggi berbasis teknologi, sehingga mampu memenuhi standar nasional maupun internasional.

Pada era digital, informasi dan pengetahuan dapat diakses hanya dengan satu klik, membuktikan bahwa saat ini kita

mempunyai akses informasi yang tidak terbatas. Kondisi ini menantang guru untuk menjadi guru yang lebih berkompeten. Jangan sampai guru memiliki pengetahuan yang terbatas hanya karena siswa sudah mempuni untuk mengakses teknologi dengan baik. Hal lain yang harus diperhatikan adalah hal-hal yang diakses oleh siswa itu sendiri. Seorang guru dan keluarga juga harus bekerjasama agar mampu mengawasi dan mengontrol apa yang diaskes oleh siswa agar tidak jauh dari norma-norma yang belaku.

Meskipun integrasi teknologi dalam penyelenggaraan pendidikan telah membawa perubahan transformatif dan memperbaiki aspek sistem pendidikan, hal ini juga menghadirkan beberapa tantangan yang signifikan. Teknologi telah memungkinkan penyelenggaraan pendidikan melampaui ruang kelas tradisional dan memberikan akses pendidikan kepada para pelajar di seluruh dunia melalui literasi *online* dan jarak jauh. Teknologi juga memungkinkan para akademisi untuk mengakses sejumlah besar informasi dan dana pendidikan, sehingga menghasilkan pembelajaran yang terarah dan personal. Selain itu, teknologi telah meningkatkan komunikasi antara pelajar, pembimbing, dan orang tua, memungkinkan kolaborasi yang lebih efektif dan efektif.

Institusi pendidikan juga telah mampu menyederhanakan proses eksekutif dan mengurangi limbah kertas melalui penggunaan teknologi. Terlepas dari manfaatnya, tingginya biaya penerapan teknologi dan konservasi masih menjadi tantangan besar bagi penyelenggaraan pendidikan. Selain itu, puncak digital yang mengacu pada distribusi teknologi dan akses internet yang tidak stabil, juga menimbulkan ancaman terhadap pemerataan akses terhadap pendidikan (Wijaya & Hidayat, 2019). Seiring dengan kemajuan teknologi, penyelenggaraan pendidikan harus menyesuaikan diri dan berkembang untuk memastikan bahwa para sarjana siap menghadapi dunia digital dan memiliki akses terhadap alat dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan.

Menghasilkan lulusan terbaik tidak lepas dari sistem manajemen pendidikan yang diterapkan. Pelaksanaan manajemen pendidikan akan berjalan baik jika berpedoman pada prinsip-prinsip manajemen pendidikan yaitu perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi pendidikan (Sokolova, 2022). Penerapan pembelajaran berbasis teknologi merupakan wadah yang menaungi siswa untuk mampu mengembangkan diri dengan penggunan sistem manajemen pendidikan yang lebih maju dan inovatif.

Daftar Pustaka

Arman, Paramasyah. (2020). *Manajemen Pendidikan Dalam Menghadapi Era Digital*. Medan:Fakultas Ekonomi: Universitas Pembangunan Panca Budi

Fenwick and R. Edwards. (2016). "Exploring the impact of digital technologies on professional responsibilities and education," *European Educational Research Journal, vol. 15, no. 1, pp. 117–131,* 10.1177/1474904115608387

Lestari, S. (2018). Peran teknologi dalam pendidikan di era globalisasi. *EDURELIGIA: Jurnal Pendidikan Agama Islam, 2(2), 94-100*

Margulieux Lauren E., W. Michael Mccracken and Richard Catrambone. (2016). A taxonomy to define courses that mix face-to-face and online learning. *Educational Research Review 19(1):104-118* 10.1016/j.edurev.2016.07.001

Puncreobutr, V. (2016). Education 4.0: New Challenge of Learning. St. Theresa *Journal of Humanities and Social Sciences, 2(2).*

Purna, T. H., Prakoso, C. V., & Dewi, R. S. (2023). Pentingnya Karakter Untuk Pembelajaran Dalam Meningkatkan

Kualitas Pendidikan Di Era Digital. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa, 2(1), 192-202*

Sukmadinata, N. S. 2006. Pengendalian Mutu Pendidikan Sekolah

Menengah: Konsep, Prinsip, dan Instrumen. Bandung: Re□ka Aditama.

Salim, N. Z., Siregar, M., & Mulyo, M. T. (2022). Rekonstruksi Pendidikan Karakter di Era Globalisasi: Studi Analisis Konsep Pemikiran Ibnu Miskawaih. *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah, 7(1), 28-39*

Sokolova, Nadya Velinova. (2022). Digitalization in Financial Education in The Universities, *Годишник на УНСС, vol. 2, no. 2, pp. 61-75, 2022*. [Online]. Available:

Wijaya, A. K., & Hidayat, R. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pembelajaran di Era Revolusi Industri 4.0. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam, 14(1), 1-17*

Pengembangan Manajeman Sumber Daya Manusia dalam Era Ekonomi

Dr. Hj. Yani Dahliani SE., MM[2]
ITS Mandala Jember

"Perkembangan ekonomi digital memaksa organisasi untuk mengadaptasi manajemen sumber daya manusia (SDM) guna menghadapi tantangan baru seperti otomatisasi, perubahan keterampilan, dan model kerja yang fleksibel"

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) di era ekonomi digital memerlukan strategi yang efektif dan berkelanjutan.Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi digital telah mengubah cara orang bekerja dan berperilaku, sehingga meningkatkan kebutuhan akan keterampilan dan keahlian SDM yang lebih baik.Dalam konteks ini, peran SDM dalam meningkatkan keterampilan dan keahlian digital menjadi penting guna meningkatkan keunggulan kompetitif dan kemampuan bisnis. Pengembangan sumber daya manusia di era ekonomi digital memerlukan beberapa strategi yang efektif. Pertama, tingkatkan literasi teknologi Anda untuk mengakses, mengelola, dan menggunakan data dan teknologi untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih baik. Kedua, mengembangkan kemampuan sumber daya manusia dalam

[2] Penulis bertugas di Program Studi Ilmu Manajemen ITS Mandala. Pendidikan S1 Studi Ilmu Ekonomi Pembangunan UNEJ, S2 MM (Megister Manajemen) UNEJ, S2 MBA-HIPMI-IBMI (Yogyakarta), S2 MBA JIMS (Jakarta), S3 Doktor Ilmu Manajemen UNEJ

analisis data dan kemampuan teknis untuk mendukung otomatisasi lebih lanjut.Ketiga, mengembangkan keterampilan dalam analisis SDM untuk menggunakan data dan teknologi guna membuat keputusan bisnis yang lebih baik. Keempat, mengembangkan tenaga kerja yang handal, siap kerja, inovatif, berkualitas dan inklusif untuk meningkatkan kapasitas dan keahlian SDM dalam menghadapi perubahan ekonomi digital.

Peran SDM dalam meningkatkan keterampilan dan keahlian digital untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan kemampuan bisnis sangatlah penting. Oleh karena itu, pengembangan sumber daya manusia di era ekonomi digital memerlukan strategi yang efektif dan berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian sumber daya manusia dalam merespons perubahan ekonomi digital.Tulisan ini membahas tentang strategi pengembangan sumber daya manusia yang efektif dan berkelanjutan di era ekonomi digital.

Kategori	Deskripsi	Tujuan	Manfaat
Konsep Dasar	Pengertian dan definisi SDM, peran SDM dalam organisasi	Meningkatkan kesadaran tentang pentingnya SDM	Meningkatkan kemampuan SDM dalam mencapai tujuan organisasi
Pengembangan SDM	Strategi pengembangan SDM, pelatihan dan pengembangan SDM	Meningkatkan kualitas SDM	Meningkatkan kinerja SDM dan daya saing organisasi
Pemberdayaan SDM	Strategi pemberdayaan SDM, penggunaan teknologi	Meningkatkan kinerja SDM	Meningkatkan efisiensi SDM dan daya saing organisasi

Kategori	Deskripsi	Tujuan	Manfaat
Analisis SWOT	Analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman	Meningkatkan kesadaran tentang kekuatan dan kelemahan SDM	Meningkatkan kemampuan SDM dalam menghadapi ancaman dan memanfaatkan peluang
Implementasi dan Evaluasi	Implementasi strategi pengembangan SDM, evaluasi hasil	Meningkatkan kinerja SDM	Meningkatkan efisiensi SDM dan daya saing organisasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa strategi pengembangan sumber daya manusia di era persaingan industri media terbagi dalam beberapa kategori, seperti dasar pemikiran, pengembangan sumber daya manusia,pemberdayaan sumber daya manusia, analisis SWOT, serta implementasi dan evaluasi.Tujuan dan manfaat dari strategi ini meliputi peningkatan kualitas, kinerja, dan daya saing manusia dan organisasi.

Manajemen sumber daya manusia (SDM) memegang peranan penting dalam pengembangan produk.Proses pengembangan produk tidak hanya bergantung pada aspek teknis dan pasar, tetapi juga pada keterampilan, kreativitas, dan kerja sama tim yang optimal.Di bawah ini adalah penjelasan rinci mengenai peran HRM dalam pengembangan produk. Rekrutmen dan seleksi adalah langkah awal untuk memastikan organisasi memiliki karyawan yang tepat dengan keterampilan yang diperlukan. Proses ini dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan keterampilan yang dibutuhkan untuk proyek pengembangan produk. Selanjutnya, organisasi mencari kandidat melalui berbagai saluran, seperti portal kerja, jaringan

profesional, dan universitas. Kandidat yang memenuhi syarat kemudian diseleksi melalui berbagai metode, termasuk tes keterampilan, wawancara, dan penilaian kompetensi. Setelah karyawan direkrut, penting untuk memberikan pelatihan yang tepat agar mereka dapat berkontribusi secara efektif. Pelatihan ini mencakup pelatihan teknis untuk menguasai teknologi terbaru, serta pengembangan soft skills seperti komunikasi, kerja tim, dan manajemen proyek. Mendorong budaya pembelajaran berkelanjutan melalui lokakarya, seminar, dan kursus online juga sangat penting untuk memastikan karyawan terus berkembang dan tetap relevan dengan perkembangan industri.

Manajemen kinerja membantu dalam mengevaluasi dan meningkatkan kinerja karyawan. Ini dimulai dengan menetapkan tujuan yang jelas dan terukur untuk tim, memberikan umpan balik yang reguler dan konstruktif, serta memberikan penghargaan dan pengakuan kepada karyawan yang mencapai atau melampaui tujuan mereka. Langkah-langkah ini dapat memotivasi karyawan dan mendorong mereka untuk mencapai hasil yang lebih baik. Manajemen tim yang efektif sangat penting untuk kesuksesan pengembangan produk. SDM berperan dalam membentuk tim dengan anggota yang memiliki keterampilan saling melengkapi, mendorong kolaborasi yang efektif, serta menyelesaikan konflik yang mungkin timbul di antara anggota tim.

Membangun budaya organisasi yang mendukung inovasi adalah tugas penting bagi SDM. Hal ini dapat dilakukan dengan menciptakan lingkungan kerja yang mendorong kreativitas, memberikan otonomi kepada karyawan untuk berinovasi, dan menumbuhkan kolaborasi lintas departemen. Dengan budaya yang mendukung, karyawan merasa lebih termotivasi untuk mengemukakan ide-ide baru dan mengambil risiko yang sesuai. Proyek pengembangan produk seringkali melibatkan perubahan signifikan. SDM harus mampu mengelola proses perubahan untuk memastikan transisi yang

mulus. Dengan strategi-strategi ini, organisasi dapat memastikan bahwa mereka memiliki karyawan yang tepat, terlatih, dan termotivasi untuk menghasilkan produk yang inovatif dan berkualitas tinggi.

Dengan dimulainya Revolusi Industri 4.0, teknologi digital telah menjadi salah satu aset terpenting yang dibutuhkan perusahaan industri untuk mengembangkan bisnisnya.Adanya Industri 4.0 membuktikan bahwa perkembangan industri saat ini dibarengi dengan perkembangan teknologi dan tidak terlepas dari perkembangan sektor industri yang tentunya akan memberikan dampak positif bagi negara dan juga dapat meningkatkan perekonomian negara dampak.Teknologi digital memungkinkan negara-negara mengubah perekonomian mereka menjadi ekonomi digital. Padahal, era ekonomi digital dimulai pada tahun 1980an.

Penggunaan teknologi seperti PC dan Internet juga menjadi awal berkembangnya perdagangan elektronik atau e-commerce.Dengan berkembangnya teknologi, melalui hadirnya teknologi seluler, akses Internet tanpa batas, dan teknologi cloud dalam proses ekonomi digital, era ekonomi digital lama akhirnya memasuki era ekonomi digital baru (Van Ark, Anvan, Collard, Lebanon, 2016). Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi digital.Google dan TEMASEK (2018) menyatakan dalam penelitiannya bahwa besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia merupakan salah satu hal yang mendukung perkembangan ekonomi internet Indonesia (McKinsey&Company, 2018). perusahaan yang bergerak di bidang digital Indonesia mendukung pembangunan ekonomi: 1). Pasar perdagangan online Indonesia bernilai 5 miliar transaksi online formal dan 5 miliar transaksi online informal. 2). Pada tahun 2017, Indonesia diperkirakan memiliki 30 juta pembeli online, dengan total populasi sekitar 260 juta jiwa. 3). Ekonomi digital Indonesia diperkirakan akan menciptakan 3,7 juta lapangan kerja tambahan pada tahun 2025. 4).

Memberikan peningkatan pendapatan yang tinggi bagi usaha kecil dan menengah (UKM) hingga 80%. 5). Memungkinkan pertumbuhan PDB tambahan sebesar 2% per tahun dengan meningkatkan penetrasi broadband dan meningkatkan penggunaan teknologi digital oleh usaha kecil dan menengah.

Ekonomi digital Indonesia memang dapat memberikan banyak dampak positif, namun juga memberikan tantangan bagi pemerintah dalam pengambilan kebijakan.Pada tahun 2016, perkembangan ekonomi digital akan memungkinkan munculnya model bisnis baru, integrasi antar sektor ekonomi, dan transformasi bisnis pada sektor yang sudah ada.Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Balitban SDM) Kementerian Komunikasi dan Informatika melakukan kajian terhadap ekonomi digital Indonesia.

Salah satu temuan studi ini adalah adanya pergeseran nyata dalam model bisnis di berbagai industri.Munculnya berbagai aplikasi digital sebagai alat pembayaran menjadi bukti berkembangnya sektor keuangan di era ekonomi digital.Selain sistem pembayaran, aplikasi digital terkait sistem keuangan juga telah berkembang dan mulai digunakan oleh masyarakat.Tak heran, teknologi finansial atau disebut fintech menjadi topik yang sering diperdebatkan para pelaku ekonomi digital.Sektor budaya, pariwisata, dan kreatif merupakan salah satu bidang di mana teknologi digital banyak digunakan untuk inovasi produk.Banyak produk yang lahir dari budaya dan kreativitas masyarakat lokal di Indonesia diperjualbelikan melalui platform *e-commerce*.

Daftar Pustaka

Cherrington, D. J. 1995. The Management ofHuman Resources (4 th edition). NewJersey:Prentice Hall Inc.

David, Fred R. 1998. Concepts of StrategicManagement. Seventh Edition, PrenticeHall Inc. New Jersey.

Faqih A,W.A.2019. *Strategi pengembangan SDM dalam persaingan bisnis Industri kreatif di era digital.*13(1),116-126

Hasibuan, Malayu S.P, Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi RevisiBumi Aksara, Jakarta. 2003

Hinning, e. a. (2018). Digital Informationand Transformation: an InstitutionalPerspektif, Information andOrganization. Journal Elsevier.28,

Puspitarani,K.S, Al Rasyid,H ,et al.2023. *Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia* : Jurnal Agroindustri Berkelanjutan. 2(2),224-232.

Saniyah,P.S.2022.*Strategi pengmbangan sumberdaya manusia di era persaingan industri media :* junal kewirausahaan dan inovasi. 1(4),394-406.

Manajemen Kinerja di Era Digital

Sunardi, M.Pd.I[3]
STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang

"Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kinerja yang efektif dan efisien"

Manajemen kinerja di era digital adalah pendekatan yang menggabungkan teknologi modern dengan praktik manajemen untuk mengoptimalkan kinerja karyawan dan organisasi (Wahyudi et al., 2023). Pendekatan ini mencakup penggunaan alat dan platform digital, seperti perangkat lunak manajemen kinerja, analitik data, dan sistem umpan balik real-time, untuk memantau, mengevaluasi, dan meningkatkan produktivitas (Nugis & Sanggarwati, 2024). Selain itu, teknologi digital memungkinkan komunikasi yang lebih efektif, kolaborasi yang lebih baik, serta pengambilan keputusan yang berbasis data, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional dan pencapaian tujuan strategis organisasi (Mesiono et al., n.d.). Dengan memanfaatkan teknologi digital, organisasi dapat lebih responsif terhadap perubahan dan lebih adaptif dalam menghadapi tantangan bisnis modern.

[3] Penulis lahir di Semper, Lombok Tengah, 12 Juli 1989, merupakan Dosen di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang, menyelesaikan studi S1 di STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang tahun 2013, menyelesaikan S2 di Pascasarjana Prodi Manajemen Pendidikan Islam UNIPDU Jombang tahun 2015

Berikut adalah beberapa aspek utama yang mencakup manajemen kinerja di era digital:

1. Penggunaan Teknologi
    a. Sistem Manajemen Kinerja Digital

        Sistem ini adalah perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola proses manajemen kinerja dari penetapan tujuan hingga evaluasi (Ria & Budiman, 2021). Contoh: SAP *SuccessFactors* membantu organisasi dalam menetapkan tujuan kinerja individu yang selaras dengan tujuan bisnis. Platform ini juga menyediakan alat untuk pemantauan kinerja dan pemberian umpan balik yang terus menerus. Karyawan dapat melihat pencapaian mereka secara real-time dan menerima umpan balik dari manajer mereka (Jalal, Kuncoro, Khas, & Ismail, 2023).

    b. Data *Analytics*

        Analisis data dalam konteks manajemen kinerja melibatkan penggunaan data besar (big data) dan alat analitik untuk memahami pola dan tren dalam kinerja karyawan (Fauzi et al., 2024). Contoh: *Google* menggunakan analisis data untuk mengidentifikasi pola kinerja di antara tim mereka. Dengan menganalisis data survei karyawan dan hasil kinerja, *Google* dapat menentukan praktik manajemen yang paling efektif dan menerapkan perubahan untuk meningkatkan kinerja tim.

2. Keterlibatan Karyawan
    a. *Feedback Real-time*

        Umpan balik yang diberikan segera setelah suatu tugas selesai atau kejadian tertentu terjadi, berbeda dengan umpan balik tahunan (Budiman et al., 2024). Contoh: *Officevibe* adalah alat yang memungkinkan manajer memberikan umpan balik instan kepada

karyawan. Misalnya, jika seorang karyawan menyelesaikan proyek dengan baik, manajer dapat segera memberikan apresiasi melalui platform tersebut.

b. Gamifikasi

Penerapan elemen permainan dalam lingkungan kerja untuk meningkatkan motivasi dan keterlibatan. Contoh: *Badgeville* adalah platform gamifikasi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan keterlibatan karyawan. Misalnya, karyawan yang mencapai target penjualan tertentu dapat menerima lencana yang dapat dilihat oleh rekan-rekan mereka, menciptakan suasana kompetisi yang sehat.

3. Pendekatan Agile

a. Tujuan yang Fleksibel

Tujuan yang dapat disesuaikan dengan cepat sesuai dengan perubahan kondisi bisnis. Fleksibilitas ini memungkinkan perusahaan untuk tetap responsif terhadap dinamika pasar dan kebutuhan bisnis yang berubah (Suhairi, Nurhazizah, Syanda, & Nasution, 2024). Contoh: Dalam metodologi OKR, tujuan dapat disesuaikan setiap kuartal. Misalnya, sebuah perusahaan teknologi dapat mengubah tujuan produknya untuk berfokus pada fitur baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini (Raharjo, 2021).

b. Tim Kerja Kolaboratif

Penggunaan alat komunikasi dan kolaborasi untuk meningkatkan efisiensi tim, terutama dalam konteks kerja jarak jauh. Alat ini memfasilitasi kolaborasi dan komunikasi yang lebih baik, sehingga tim dapat bekerja lebih efisien (Cyrious & Adriana, 2023). Contoh: *Slack* memungkinkan tim untuk berkomunikasi dan berkolaborasi secara real-time. Tim proyek dapat membuat saluran khusus untuk diskusi proyek, berbagi dokumen, dan mengadakan rapat virtual.

4. Transparansi dan Akuntabilitas
    a. Dashboard kinerja. Alat visual yang menunjukkan metrik kinerja secara real-time dan transparan. Contoh: *Tableau* adalah alat visualisasi data yang dapat digunakan untuk membuat dashboard kinerja yang mudah dipahami oleh karyawan dan manajer.
    b. Pelaporan otomatis. Sistem yang menghasilkan laporan kinerja secara otomatis berdasarkan data yang dikumpulkan. Contoh: *BambooHR* memungkinkan pembuatan laporan kinerja yang otomatis dan mendetail, membantu manajer dalam membuat keputusan berdasarkan data yang akurat.
5. Budaya Perusahaan yang Inklusif
    a. Komunikasi terbuka. Praktik komunikasi yang transparan dan dua arah antara manajer dan karyawan. Contoh: Perusahaan seperti *Buffer* mempublikasikan gaji karyawan dan kebijakan internal mereka secara terbuka untuk mendorong transparansi.
    b. Diversitas dan inklusi. Penggunaan teknologi untuk mendukung praktik rekrutmen yang adil dan inklusif. Contoh: *Lever* adalah platform rekrutmen yang menggunakan AI untuk mengurangi bias dalam proses seleksi, memastikan bahwa kandidat dinilai berdasarkan keterampilan dan pengalaman mereka.
6. Transformasi Digital
    a. Otomatisasi proses. Penggunaan teknologi untuk mengotomatisasi tugas-tugas rutin dan administratif. Contoh: *UiPath* menyediakan solusi RPA *(Robotic Process Automation)* yang memungkinkan otomatisasi proses bisnis,

mengurangi beban kerja manual dan meningkatkan efisiensi.

b. Integrasi *system*. Menghubungkan berbagai sistem manajemen dalam organisasi untuk memungkinkan akses data yang lebih mudah. Contoh: *Salesforce* memungkinkan integrasi dengan berbagai alat CRM dan ERP, sehingga data dapat diakses secara terpadu.

Daftar Pustaka

Budiman, D., Datya, A. I., Wartono, T., Judijanto, L., Sudipa, I. G. I., Kurniawan, H., ... Setiono, D. (2024). *Sistem Informasi Manajemen: Panduan Praktis dalam Pembangunan Sistem Informasi Manajemen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Cyrious, C., & Adriana, E. (2023). Faktor Komunikasi Efektif dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *3*(3), 194–206.

Fauzi, F., Saputra, A. M. A., Agstriningtyas, A. S., Febrian, W. D., Nabilah, A. N., & Muthmainah, H. N. (2024). EVALUASI PENGGUNAAN TEKNOLOGI BIG DATA UNTUK ANALISIS DATA BISNIS DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, *7*(1), 2962–2971. https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i1.25989

Jalal, A., Kuncoro, F. W., Khas, A., & Ismail, I. (2023). PERFORMANCE MANAGEMENT TRANSFORMATION OF BATIK INDUSTRY IN MADURA USING HRIS. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, *13*(1), 51–66. https://doi.org/10.24929/feb.v13i1.2521

Mesiono, M., Wasiyem, W., Zakiyah, N., Fahrezi, M., Nursakinah, I., & Azhari, M. T. (n.d.). *Dinamika Kepemimpinan Perguruan Tinggi: Tantangan dan Strategi Manajemen untuk Menanggapi Perubahan Cepat di Era Globalisasi | JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. Retrieved from http://www.jiip.stkipyapisdompu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/3789

Nugis, P. K., & Sanggarwati, D. A. (2024). IMPLEMENTASI STRATEGI INOVATIF MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM ADAPTASI TERHADAP ERA DIGITAL (STUDI KASUS PT. MITRA TATA KERJA). *JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS, MANAGEMENT, ACCOUNTING AND SOCIAL SCIENCES*, *2*(4), 195–205.

Raharjo, B. (2021). FINTECH TEKNOLOGI FINANSIAL PERBANKAN DIGITAL. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1–299.

Ria, M. D., & Budiman, A. (2021). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI TATA KELOLA TEKNOLOGI INFORMASI PERPUSTAKAAN. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, *2*(1), 122–133.

Suhairi, S., Nurhazizah, N., Syanda, S., & Nasution, R. A. (2024). Transformasi Digital Riset Pemasaran Global dengan Integrasi Teknologi Terkini untuk Menyusun Strategi Responsif terhadap Perubahan Pasar Global. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, *3*(2), 637–647.

Wahyudi, A., Assyamiri, M. B. T., Aluf, W. A., Fadhillah, M. R., Yolanda, S., & Anshori, M. I. (2023). Dampak

Transformasi Era Digital Terhadap Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Bintang Manajemen*, *1*(4), 99–111.

Strategi Rahasia Manajemen Karir di Era Digital Mengelola Reputasi dan Jaringan untuk Sukses

Retni Rita, S. Sos., M.Si[4]
Universitas Iskandar Muda

"Mengelola Reputasi dan Jaringan sukses untuk mengembangkan pola pikir digital, penting untuk memiliki rasa ingin tahu, eksperimen, dan kolaborasi agar terciptanya strategi rahasia manajemen"

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia karir dan profesionalisme. Transformasi teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru yang tak terbatas, tetapi juga menghadirkan tantangan yang belum pernah ada sebelumnya. Di tengah dinamika ini, mengelola reputasi dan jaringan profesional secara efektif menjadi kunci penting untuk meraih kesuksesan karir.

Dewasa ini, manajemen karir tidak hanya tentang keahlian dan pengalaman, tetapi juga tentang bagaimana seseorang mengelola reputasi dan jaringan profesionalnya. Internet dan

[4] Penulis lahir di Banda Aceh, 20 Februari 1975, merupakan Dosen di Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL) Universitas Iskandar Muda, menyelesaikan studi S1 di Prodi Administrasi Publik Universitas Iskandar Muda tahun 2011, menyelesaikan S2 di Prodi Administrasi Publik Program Pascasarjana Universitas Iskandar Muda Banda Aceh tahun 2022.

media sosial telah mengubah cara kita berinteraksi dan berkomunikasi, memberikan peluang baru sekaligus tantangan dalam menjaga dan meningkatkan karir.

Menurut (Campball et.al., 2002 dalam David & Stonehouse, 2002) *Mintzberg's 5 Ps Mintzberg suggested that nobody can claim to own the word 'strategy' and that the term can legitimately be used in several ways* (Artinya tidak seorang pun dapat mengklaim memiliki kata 'strategi' dan bahwa istilah tersebut dapat digunakan secara sah dalam beberapa cara). Sebuah strategi dapat berupa: A) *a plan & a ploy* (sebuah rencana & taktik). B) *a pattern of behaviour* (pola perilaku). C) *a position in respect to others* (posisi dalam menghormati orang lain). D) *a perspective* (sebuah perspektif).

Mengelola Reputasi Online

Reputasi online merupakan cerminan dari bagaimana seseorang dilihat di dunia maya. Berikut adalah beberapa strategi untuk mengelola reputasi online yaitu:

1. Membangun Profil Profesional yang Kuat
    a. LinkedIn: Platform ini sangat penting untuk profesional. Pastikan profil Anda lengkap dengan foto profesional, ringkasan yang menarik, serta daftar pengalaman kerja dan keahlian yang relevan.
    b. Portofolio Online: Bagi mereka yang bekerja di bidang kreatif atau teknologi, memiliki situs web pribadi atau portofolio online dapat menunjukkan hasil karya dan proyek yang telah dikerjakan.
2. Mengelola Media Sosial
    a. Konten Positif: Bagikan konten yang relevan dengan bidang Anda, seperti artikel, pendapat profesional, atau hasil karya.

b. Hati-Hati dengan Konten Pribadi: Pertimbangkan audiens sebelum memposting sesuatu yang bersifat pribadi atau kontroversial.

3. SEO Pribadi
    a. Optimalisasi Nama: Pastikan nama Anda muncul di hasil pencarian dengan konten yang positif. Ini bisa dilakukan dengan sering mempublikasikan artikel atau blog.
    b. Menggunakan Kata Kunci: Masukkan kata kunci yang relevan dengan keahlian dan industri Anda di profil media sosial dan situs web pribadi.

Mengembangkan dan Memelihara Jaringan

Jaringan profesional yang kuat adalah aset berharga dalam manajemen karir. Berikut adalah beberapa cara untuk mengembangkan dan memelihara jaringan agar sukses:

1. Aktif di Acara dan Komunitas Profesional
    a. Konferensi dan Seminar: Hadiri acara-acara ini untuk bertemu dan berinteraksi dengan profesional lain di bidang Anda.
    b. Komunitas Online: Bergabunglah dengan grup LinkedIn atau forum industri untuk berdiskusi dan berbagi pengetahuan.
2. Membangun Hubungan yang Bermakna
    a. Follow-Up: Setelah bertemu dengan seseorang, lakukan follow-up dengan email atau pesan untuk menjaga hubungan.
    b. Memberikan Nilai: Berikan kontribusi positif seperti informasi atau bantuan yang bisa bermanfaat bagi kontak Anda.
3. Mentoring dan Kolaborasi

a. Mentor: Cari mentor yang berpengalaman untuk mendapatkan bimbingan karir.
b. Kolaborasi: Bekerjasama dengan profesional lain dalam proyek atau penelitian dapat memperluas jaringan dan memberikan pengalaman berharga.

4. Gunakan Media Sosial dengan Bijak
   a. Mentor: Pastikan profil Anda mencerminkan profesionalisme dan aktif dalam berinteraksi dengan orang lain di industri Anda.
   b. Kolaborasi: Platform media sosial seperti LinkedIn, Twitter, dan Instagram adalah sarana yang luar biasa untuk membangun jaringan bisnis.
5. Berperan Aktif dalam Organisasi
   a. Mentor: Bergabung atau berkontribusi dalam organisasi atau komunitas bisnis lokal dapat membantu Anda membangun koneksi dengan para pelaku bisnis di daerah Anda.
   b. Kolaborasi: emberikan kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan sosial dan pengembangan komunitas.

Mengelola karir di era digital memerlukan pendekatan yang terintegrasi dan adaptif. Artikel ini, membahas berbagai strategi rahasia yang dapat membantu dalam mengelola reputasi dan jaringan profesional dengan efektif. Mulai dari membangun profil online yang kuat, mengelola konten di media sosial, hingga mengembangkan jaringan yang bermakna dan kolaboratif, setiap langkah yang diambil dapat memberikan dampak besar terhadap kesuksesan karir.

Reputasi online bukanlah sesuatu yang terbentuk dalam semalam, melainkan hasil dari upaya berkelanjutan untuk menunjukkan profesionalisme, keahlian, dan integritas. Demikian pula, jaringan profesional yang kuat tidak hanya dibangun melalui jumlah kontak, tetapi juga melalui kualitas

hubungan dan kontribusi yang diberikan dalam komunitas profesional. Dengan menerapkan strategi-strategi yang ada akan membuat kita lebih siap dan percaya diri menghadapi tantangan di era digital. Kesuksesan dalam karir tidak hanya ditentukan oleh keahlian teknis, tetapi juga oleh kemampuan pribadi untuk beradaptasi, berkomunikasi, dan menjalin hubungan yang bermakna dengan orang lain.

Era digital menawarkan peluang yang luar biasa bagi mereka yang siap untuk mengambil langkah berani dan inovatif. Manfaatkan teknologi dan sumber daya yang ada untuk terus belajar, berkembang, dan berkontribusi dalam bidang yang kita tekuni. Dengan dedikasi dan strategi yang tepat, kita dapat mencapai tujuan karir dan meraih kesuksesan yang berkelanjutan. Membangun jaringan dunia bisnis dapat membawa manfaat jangka panjang bagi kesuksesan. Teruslah berhubungan dengan orang-orang dalam industri Anda, belajar dari pengalaman mereka, dan mencari peluang untuk berkolaborasi. Jaringan yang kuat adalah aset berharga yang dapat membantu Anda mengatasi tantangan dan mencapai tujuan bisnis Anda.

Daftar Pustaka

Darmawan,Didit, *ect.*(2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia Era Digital*. Cetakan Pertama. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Rizan, Mohammad Rizan, *etc* (2023). *Strategi Bisnis Di Era Digital.* Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

Harvard Business Review. (2019). Networking in the Digital Age. Retrieved from https://hbr.org/2019/11/networking-in-the-digital-age

LinkedIn Official Blog. (2021). How to Create a LinkedIn Profile. Retrieved from

https://www.linkedin.com/pulse/how-create-linkedin-profile-linkedin-editorial-team/

Adaptasi Manajemen Pemasaran Terhadap Transformasi Teknologi dan Dinamika Preferensi Konsumen

Hesti Sabrina, SE., M.Si[5]
Universitas Medan Area

"Manajemen pemasaran harus beradaptasi dengan transformasi teknologi dan dinamika preferensi konsumen untuk tetap kompetitif dan relevan"

Manajemen pemasaran merupakan salah satu aspek krusial dalam strategi bisnis modern yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam beberapa dekade terakhir, perubahan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa revolusi signifikan dalam cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan konsumen. Teknologi digital telah mempercepat akses informasi, memungkinkan komunikasi real-time, dan menciptakan peluang baru untuk inovasi produk dan layanan. Perubahan perilaku konsumen juga mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan. Konsumen saat ini lebih terinformasi,

[5]Penulis, lahir di Medan pada 13 April 1986, Dosen di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Medan Area. Meraih gelar S1 dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Sumatera Utara pada tahun 2009, dan melanjutkan studi S2 di Program Studi Ilmu Manajemen, Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, yang diselesaikan pada tahun 2012.

lebih terhubung, dan lebih menuntut daripada sebelumnya. Mereka mengharapkan pengalaman yang mulus dan personal di berbagai titik kontak dengan merek, mulai dari interaksi online hingga pengalaman di toko fisik. Selain itu, konsumen modern semakin peduli dengan isu-isu sosial dan lingkungan, mengharapkan perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial dan etis. Digitalisasi, penggunaan analitik data, dan fokus pada keberlanjutan telah menjadi tren utama yang mengubah lanskap pemasaran. Digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Penggunaan analitik data memungkinkan perusahaan untuk memahami perilaku konsumen dengan lebih baik, mengidentifikasi tren, dan mengoptimalkan strategi pemasaran. Sementara itu, keberlanjutan menjadi fokus utama dalam upaya membangun merek yang bertanggung jawab dan menarik bagi konsumen yang sadar lingkungan. Di era digital ini, pemasaran tidak lagi sekadar tentang promosi dan penjualan produk. Ini melibatkan penciptaan nilai bagi konsumen melalui pengalaman yang bermakna dan relevan. Pemasaran modern harus mampu menggabungkan teknologi, data, dan wawasan konsumen untuk menciptakan strategi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar. Perusahaan yang berhasil adalah mereka yang mampu berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi dan dinamika preferensi konsumen. Konsumen saat ini mengharapkan perusahaan untuk mengambil peran aktif dalam isu-isu lingkungan dan sosial. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang berfokus pada keberlanjutan tidak hanya membantu perusahaan memenuhi harapan konsumen tetapi juga memperkuat citra merek dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Digitalisasi telah merevolusi cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen, membawa dampak signifikan terhadap strategi pemasaran. Pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan

biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Selain itu, digitalisasi memungkinkan pengukuran kinerja yang lebih akurat dan real-time, memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan kampanye mereka secara lebih efisien. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn telah menjadi alat utama dalam strategi pemasaran digital. Dengan fitur seperti iklan berbayar, konten organik, dan interaksi langsung dengan konsumen, media sosial memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan visibilitas merek dan membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), penggunaan media sosial dalam pemasaran dapat meningkatkan engagement dan interaksi dengan konsumen. Ini tidak hanya meningkatkan kesadaran merek tetapi juga dapat memperkuat loyalitas konsumen. Email marketing juga tetap menjadi komponen penting dari pemasaran digital. Dengan kemampuan untuk mengirim pesan yang disesuaikan secara langsung ke inbox konsumen, email marketing menawarkan cara yang efektif untuk mempromosikan produk, menginformasikan penawaran khusus, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. *Email marketing* yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi dan perilaku konsumen dapat meningkatkan tingkat pembukaan dan konversi, menciptakan pengalaman yang lebih relevan bagi penerima. *Search Engine Optimization* (SEO) adalah strategi lain yang esensial dalam pemasaran digital. SEO membantu meningkatkan visibilitas situs web perusahaan di hasil pencarian organik, yang dapat meningkatkan lalu lintas web dan potensi konversi. Dengan mengoptimalkan konten dan struktur situs web sesuai dengan algoritma mesin pencari, perusahaan dapat mencapai peringkat yang lebih tinggi dan menarik lebih banyak pengunjung yang berpotensi menjadi pelanggan.

Analitik data memainkan peran penting dalam memahami perilaku konsumen dan mengoptimalkan strategi pemasaran.

Dengan mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai sumber, perusahaan dapat mengidentifikasi tren, preferensi, dan pola pembelian konsumen. Analitik data memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih informasi dan merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran. Dholakia et al. (2020) menunjukkan bahwa penggunaan analitik data dapat meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran hingga 30%. Data yang dikumpulkan dari interaksi online, transaksi penjualan, dan feedback pelanggan dapat digunakan untuk segmentasi pasar yang lebih tepat, memungkinkan perusahaan untuk menargetkan kelompok konsumen yang spesifik dengan pesan yang lebih relevan. Analitik data juga dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengoptimalkan alokasi anggaran pemasaran untuk hasil yang maksimal. Dengan menggunakan analitik data, perusahaan dapat melacak kinerja kampanye secara real-time, memungkinkan mereka untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas. Misalnya, jika suatu kampanye tidak menghasilkan tingkat keterlibatan yang diharapkan, perusahaan dapat menganalisis data untuk mengidentifikasi masalah dan mengimplementasikan perubahan untuk meningkatkan hasil.

Personalisasi konten menjadi semakin penting dalam era digital. Konsumen saat ini mengharapkan pengalaman yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Perusahaan yang mampu menyediakan konten yang personal dan relevan lebih mungkin untuk menarik perhatian dan loyalitas konsumen. Personalisasi dapat mencakup berbagai bentuk, mulai dari rekomendasi produk berdasarkan pembelian sebelumnya hingga pesan pemasaran yang disesuaikan dengan demografi dan perilaku konsumen. Menurut sebuah laporan oleh Salesforce (2021), 76% konsumen mengharapkan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka. Dengan menggunakan data konsumen, perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang lebih personal dan

meningkatkan keterlibatan konsumen. Teknologi seperti machine learning dan artificial intelligence (AI) memungkinkan perusahaan untuk menganalisis data dalam skala besar dan mengidentifikasi pola yang dapat digunakan untuk personalisasi. Contoh personalisasi yang sukses dapat dilihat pada platform e-commerce seperti Amazon, yang menggunakan data pembelian dan perilaku penelusuran untuk merekomendasikan produk yang relevan kepada pengguna. Demikian pula, layanan streaming seperti Netflix menggunakan algoritma untuk merekomendasikan konten berdasarkan riwayat penonton, menciptakan pengalaman yang disesuaikan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Keberlanjutan menjadi salah satu aspek yang semakin penting dalam strategi pemasaran. Konsumen semakin peduli terhadap isu lingkungan dan sosial, dan mereka mengharapkan perusahaan untuk bertanggung jawab dalam operasional mereka. Pemasaran yang berfokus pada keberlanjutan tidak hanya menarik konsumen yang sadar lingkungan tetapi juga dapat meningkatkan citra merek dan menciptakan keunggulan kompetitif. Sebuah studi oleh Nielsen (2018) menemukan bahwa 81% konsumen merasa bahwa perusahaan harus membantu memperbaiki lingkungan.

Perusahaan yang mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan dapat meningkatkan reputasi mereka dan menarik konsumen yang peduli terhadap isu-isu lingkungan. Keberlanjutan juga dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan di pasar yang semakin kompetitif, di mana konsumen mencari produk dan merek yang sesuai dengan nilai-nilai mereka. Pemasaran keberlanjutan melibatkan komunikasi yang transparan tentang praktek bisnis dan dampak lingkungan perusahaan. Ini bisa mencakup penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan, pengurangan emisi karbon, dan inisiatif sosial yang mendukung komunitas lokal. Selain itu, perusahaan harus memastikan bahwa klaim keberlanjutan mereka

didukung oleh tindakan nyata untuk menghindari tuduhan greenwashing, yang dapat merusak reputasi merek.

Pendekatan pemasaran omnichannel menjadi semakin penting dalam mengintegrasikan berbagai saluran pemasaran untuk memberikan pengalaman konsumen yang konsisten. Konsumen saat ini menggunakan berbagai saluran untuk berinteraksi dengan merek, termasuk toko fisik, situs web, aplikasi mobile, dan media sosial. Pemasaran omnichannel memastikan bahwa pesan dan pengalaman merek konsisten di semua saluran ini. Menurut sebuah laporan oleh McKinsey & Company (2021), perusahaan yang menerapkan strategi omnichannel dapat meningkatkan retensi pelanggan hingga 30%. Pendekatan ini juga memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan data yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumen di berbagai saluran, yang dapat digunakan untuk lebih mempersonalisasi pengalaman pelanggan. Dengan strategi omnichannel, perusahaan dapat menggabungkan kekuatan saluran online dan offline untuk menciptakan pengalaman yang mulus bagi konsumen. Misalnya, konsumen dapat memulai pencarian produk secara online dan kemudian menyelesaikan pembelian di toko fisik, atau sebaliknya. Pengalaman yang terintegrasi ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga dapat mendorong penjualan tambahan dan meningkatkan loyalitas merek.

Fenomena terkini dalam manajemen pemasaran menunjukkan pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan preferensi konsumen. Digitalisasi pemasaran, penggunaan analitik data, personalisasi konten, keberlanjutan, dan pemasaran omnichannel menjadi tren utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Dengan mengadopsi strategi yang sesuai, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dan memenuhi ekspektasi konsumen yang terus berkembang.

Daftar Pustaka

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson.

Dholakia, U. M., Bagozzi, R. P., & Pearo, L. K. (2020). "A social influence model of consumer participation in network- and small-group-based virtual communities." International Journal of Research in Marketing, 17(3), 241-263.

McKinsey & Company. (2021). "The Omnichannel Advantage: Creating Customer Value Across Channels." Retrieved from McKinsey Report.

Nielsen. (2018). "The Nielsen Global Responsibility Report." Retrieved from Nielsen Report.

Salesforce. (2021). "State of the Connected Customer: Insights into Customer Expectations and Preferences." Retrieved from [Salesforce Report](https://www.salesforce.com/form/pdf/state-of-the

Integrasi Teknologi Digital dalam Manajemen Kantin Madrasah Adiwiyata

Shorihatul Inayah, S.Pd., M.Si[6]
MAN 1 Tuban

"Integrasi teknologi digital dalam manajemen kantin Madrasah Adiwiyata menjadi cara efektif untuk meningkatkan efisiensi, transparansi serta upaya mendukung pendidikan berkelanjutan dan lingkungan yang sehat"

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor pendidikan dan manajemen kantin. Penggunaan perangkat lunak, aplikasi mobile, dan sistem manajemen digital menjadi semakin umum dan dapat meningkatkan efisiensi serta kenyamanan. Meningkatnya aksesibilitas teknologi, baik perangkat keras seperti komputer dan smartphone, maupun perangkat lunak seperti aplikasi dan platform digital, memungkinkan integrasi teknologi dalam operasional kantin lebih mudah dilakukan.

Teknologi digital dapat digunakan untuk melacak semua transaksi keuangan di kantin, sehingga lebih mudah untuk memantau pengeluaran dan memastikan bahwa semua dana

[6] Penulis lahir di Tuban, 4 Maret 1978, merupakan Guru Kimia, MAN 1 Tuban sejak 2003. Menyelesaikan studi S1 Pendidikan Kimia UM tahun 2002, menyelesaikan S2 Kimia UM tahun 2021, dan Masuk S3 Pendidikan Kimia UM juga Tahun 2021 dan saat ini dalam proses penyelesaian Disertasi.

digunakan dengan benar. Hal ini dapat membantu membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan. Teknologi digital berkembang pesat dan menjadi semakin mudah diakses dan terjangkau. Hal ini membuat integrasi teknologi digital ke dalam manajemen kantin menjadi lebih memungkinkan dan hemat biaya. Siswa saat ini terbiasa menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari mereka. Integrasi teknologi digital ke dalam manajemen kantin membantu kantin memenuhi kebutuhan mereka. eknologi digital dapat membantu mengotomatisasi berbagai proses operasional di kantin, mulai dari pemesanan, pembayaran, hingga manajemen stok. Dengan sistem digital, kantin dapat memberikan layanan yang lebih cepat dan akurat. Informasi nutrisi yang mudah diakses, serta metode pembayaran yang praktis, dapat meningkatkan pengalaman.

Sistem digital, kantin dapat memberikan layanan yang lebih cepat dan akurat. (Yuliani, 2020). Informasi nutrisi yang mudah diakses, serta metode pembayaran yang praktis, dapat meningkatkan pengalaman. Mengintegrasikan teknologi dalam kehidupan sehari-hari di sekolah dapat membantu meningkatkan literasi digital siswa. Mereka dapat belajar menggunakan teknologi secara bijak dan efektif. ntegrasi teknologi di kantin juga dapat menjadi bagian dari inovasi pembelajaran, di mana siswa dapat belajar tentang manajemen bisnis, teknologi informasi, dan praktik berkelanjutan melalui contoh nyata.

Sistem digital dapat melacak data secara akurat dan real-time, membantu \tepat dan efisien. (Gunawan, 2019). Sistem pemesanan online dan pembayaran elektronik dapat mempercepat proses pemesanan dan pembayaran, meminimalkan waktu tunggu bagi siswa. Sistem digital yang aman dan terintegrasi dapat membantu mencegah penipuan dan korupsi dalam pengelolaan keuangan kantin. Data digital yang terorganisir memudahkan audit dan pelaporan keuangan, mematuhi peraturan dan standar.

Kantin Digital Adiwiyata adalah sebuah konsep modern dalam manajemen kantin di lingkungan madrasah yang mengintegrasikan teknologi digital untuk menciptakan pengalaman yang lebih efisien, ramah lingkungan, dan sehat bagi seluruh komunitas sekolah. (Ardiansyah, 2020). Kantin ini dirancang untuk mendukung program Adiwiyata yang fokus pada pendidikan lingkungan dan kesehatan melalui berbagai inovasi teknologi.

Kantin Madrasah Adiwiyata melayani banyak siswa dengan kebutuhan dan preferensi yang berbeda-beda. Hal ini dapat membuat pengelolaan kantin menjadi tugas yang kompleks dan menantang. Teknologi digital dapat membantu mengotomatiskan banyak tugas manual, seperti pemesanan makanan, pembayaran, dan pelacakan inventaris. Hal ini dapat membebaskan staf kantin untuk fokus pada tugas yang lebih penting, seperti memastikan kualitas makanan dan layanan. Integrasi teknologi digital dalam manajemen kantin Madrasah Adiwiyata tidak hanya berfokus pada peningkatan efisiensi operasional, tetapi juga pada dukungan terhadap pendidikan berkelanjutan, kesehatan lingkungan, dan literasi digital siswa.

Madrasah Adiwiyata berkomitmen untuk mempromosikan praktik berkelanjutan. Teknologi digital dapat digunakan untuk melacak konsumsi makanan dan limbah, sehingga kantin dapat mengidentifikasi area di mana mereka dapat mengurangi dampak lingkungan mereka. Kantin juga dapat menggunakan teknologi digital untuk mendidik siswa tentang pentingnya keberlanjutan dan mendorong mereka untuk membuat pilihan yang ramah lingkungan.

Manajemen kantin Madrasah Adiwiyata harus selaras dengan prinsip dengan menerapkan manajemen kantin Madrasah Adiwiyata yang baik, kantin dapat menjadi contoh praktik ramah lingkungan dan berkelanjutan bagi seluruh siswa dan komunitas sekolah. Kantin yang dikelola dengan baik juga dapat mendukung kesehatan dan gizi siswa, meningkatkan kepuasan pelanggan, berkontribusi pada pencapaian tujuan

Madrasah Adiwiyata serta prinsip Adiwiyata, yaitu berwawasan lingkungan, berkelanjutan, dan partisipatif.

Penggunaan teknologi di kantin juga bisa menjadi sarana edukasi bagi siswa tentang pentingnya teknologi dalam kehidupan sehari-hari serta kesadaran akan manajemen lingkungan yang baik. Secara keseluruhan, integrasi teknologi digital dalam manajemen kantin Madrasah Adiwiyata tidak hanya meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, tetapi juga berkontribusi terhadap pendidikan dan kesadaran lingkungan bagi siswa dan seluruh komunitas masdrasah/ sekolah.

Ada banyak teknologi digital yang tersedia yang dapat digunakan untuk mengelola kantin. (Rahmawati, D., & Prasetyo, 2022). Penting untuk memilih teknologi yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran madrasah. Tidak perlu mencoba mengimplementasikan semua teknologi digital sekaligus. Memulai dengan beberapa perubahan kecil dan kemudian menambahkan lebih banyak seiring waktu. Hal ini akan membantu memastikan bahwa transisi berjalan lancar dan bahwa staf dan siswa memiliki waktu untuk beradaptasi. Penting untuk melibatkan semua pemangku kepentingan dalam proses integrasi teknologi digital sehingga kantin Madrasah Adiwiyata dapat lebih efektif dalam operasional sehari-hari, memberikan pelayanan yang lebih baik, serta mendukung tujuan pendidikan dan lingkungan.

Daftar Pustaka

Ardiansyah, R. (2020). Manajemen Kantin Sekolah: Pendekatan Praktis untuk Pengelolaan yang Efektif. Jakarta: Pustaka Pelajar.

Dewi, S., & Santoso, B. (2021). Penerapan Teknologi Digital dalam Pengelolaan Kantin Sekolah. Jurnal Manajemen Pendidikan, 12(2), 45-56.

Gunawan, A. (2019). Transformasi Digital di Sekolah: Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Pemesanan Makanan di Kantin. Jurnal Teknologi Pendidikan, 10(1), 23-34.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2018). Panduan Pengelolaan Kantin Sehat di Sekolah. Jakarta: Kemdikbud.

Lubis, N. H. (2020). Implementasi Sistem Point of Sale (POS) di Kantin Sekolah untuk Meningkatkan Efisiensi dan Transparansi Keuangan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8(3), 67-78.

Rahmawati, D., & Prasetyo, H. (2022). Peran Teknologi dalam Mendukung Program Adiwiyata di Sekolah. Jurnal Lingkungan dan Pendidikan, 15(4), 89-102.

Setiawan, R., & Widodo, S. (2021). Inovasi Digital untuk Manajemen Kantin di Madrasah. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi, 3(1), 103-110.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suparno, D. (2019). Strategi Pengelolaan Kantin Sekolah yang Efektif. Yogyakarta: Andi Publisher.

Yuliani, A. (2020). Pemanfaatan Teknologi dalam Mewujudkan Kantin Ramah Lingkungan di Sekolah. Jurnal Pendidikan Lingkungan, 14(2), 78-85.

Kompetensi Sumber Daya Manusia di Era Digital

Dr. Muhammad Rizqi Zati, S.Pd., M.Si[7]
Universitas Samudra

"Era digital saat ini membawa perubahan dalam kehidupan manusia, sehingga dibutuhkan kompetensi yang tepat dalam menjalani dan menghadapinya"

Sumber daya manusia (SDM) memainkan peran yang sangat penting dalam pengembangan dan kemajuan suatu bangsa. Oleh karena itu pengembangan dan peningkatan kompetensi SDM harus terus dilakukan secara komprehensif. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi harus menjadi dasar dalam pencapaian tujuan tersebut. Dalam meningkatkan kompetensi SDM suatu bangsa, diperlukan upaya kolaboratif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, lembaga pendidikan, dan masyarakat.

Peningkatan kompetensi adalah proses pengembangan dan peningkatan keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan individu untuk mencapai kinerja yang lebih baik. Hal ini berkaitan dengan tugas-tugas tertentu atau dalam karier mereka

[7] Penulis lahir di Medan, 28 April 1986, merupakan dosen di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Samudra, menyelesaikan studi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Unimed tahun 2008, menyelesaikan S2 di Pascasarjana Prodi Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi USU tahun 2011, dan menyelesaikan S3 Prodi Doktor Ilmu Manajemen Unpri tahun 2024.

secara umum. Proses ini melibatkan pembelajaran berkelanjutan, pelatihan, dan pengembangan diri untuk memastikan individu dapat memenuhi tuntutan dan tantangan yang ada di lingkungan kerja maupun kehidupan sehari-hari. Kompetensi sangat penting bagi SDM karena merupakan pondasi yang memungkinkan individu untuk berkinerja secara efektif dalam peran mereka di tempat kerja. Becker, Huselid, Ulrich (2001) menyatakan kompetensi memiliki pengertian tentang karakter, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan setiap individu yang secara langsung akan mempengaruhi kinerja individunya. Sementara menurut pendapat Ranse dan Grealish (2007) kompetensi merupakan karakteristik dasar yang dimiliki individu dan berkaitan dengan kemampuannya bekerja secara efektif dalam waktu tertentu.

Saat ini masyarakat sedang dihadapkan pada era Revolusi Industri 4.0 atau era digital yang ditandai dengan perubahan yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat. Perubahan tersebut antara lain terjadi digitalisasi dalam setiap aktivitas manusia termasuk didalamnya kegiatan ekonomi. Karena kemajuan teknologi yang begitu pesat, hampir semua aktivitas manusia bergantung pada teknologi. Oleh karena itu, manusia harus dapat menggunakan teknologi dengan baik agar tidak mengganggu aktivitas kesehariannya.

Banyak orang tidak melihat alat teknologi sebagai sesuatu yang aneh atau baru. Hampir semua kegiatan, termasuk pendidikan, kemasyarakatan, kebudayaan, olah raga, ekonomi, dan politik, secara konsisten menggunakan teknologi modern, baik untuk mencari informasi atau untuk membantu memecahkan masalah atau menjalankan tugas. Sudah pasti, perubahan ini akan berdampak pada cara orang menjalani kehidupan mereka di masyarakat dan di tempat kerja.

Pada era digital saat ini, kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan semakin pesat dan modern. Akibatnya, hampir semua aktivitas manusia bergantung pada teknologi. Terkait dengan kompetensi sumber daya manusia, era revolusi industri

4.0 ditandai dengan kemajuan teknologi dan transformasi digital yang imbasnya adalah munculnya tantangan kompleks akan kebutuhan beradaptasi dalam ekosistem digital. Straubhaar dan LaRose (2011) menggambarkan perubahan teknologi sebagai suatu revolusi yang dialami oleh masyarakat dalam kehidupannya hal ini dikarena adanya perkembangan teknologi yang terjadi. Perubahan teknologi yang cepat menciptakan kebutuhan akan keterampilan digital baru yang perlu direspon organisasi terutama penyesuaian kompetensi digital sumber daya manusia yang dimiliki.

Selain itu, era digital telah membawa perubahan besar, yang berdampak pada cara orang bekerja dan berinteraksi dengan teknologi. Untuk dapat sukses dan berkontribusi dalam era ini, manusia perlu mengembangkan sejumlah kompetensi kunci yang terdiri dari kemampuan menggunakan teknologi, *soft skill* dalam komunikasi digital, dan pemikiran inovatif. Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara orang bekerja dan berinteraksi dengan organisasi, banyak perusahaan saat ini memperhatikan pengembangan sumber daya manusianya di era digital. Sumber daya manusia harus dapat beradaptasi dengan perubahan ini dan memiliki kompetensi digital.

Kompetensi digital merujuk pada kemampuan yang meliputi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk menggunakan teknologi digital dengan efektif dalam berbagai konteks, baik pribadi maupun profesional. Ini mencakup pemahaman tentang teknologi, kemampuan untuk menggunakan perangkat lunak dan aplikasi digital, serta keterampilan dalam mengelola informasi dan berkomunikasi secara efektif melalui platform digital. Menurut pendapat Cahen & Borini (2020) kompetensi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan alat-alat komunikasi, media digital, atau jaringan dalam menemukan, menggunakan, membuat informasi, mengevaluasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan

patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan adanya fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, organisasi dituntut untuk mengadopsi transformasi digital pada semua level termasuk struktural. Selain itu, organisasi perlu mempertimbangkan risiko terkait keamanan dan privasi data baik secara organisasi maupun pada level individu. Secara keseluruhan, kompetensi digital yang kuat menawarkan banyak keuntungan bagi sumber daya manusia, seperti peningkatan efisiensi, peluang karir yang lebih baik, kemampuan beradaptasi, dan kualitas hidup yang lebih baik. Namun, penting untuk mengelola penggunaan teknologi dengan bijak untuk menghindari efek negatif seperti kecanduan teknologi dan stres. Dengan cara yang tepat, kemampuan digital dapat menjadi aset yang sangat berharga dalam dunia kerja dan kehidupan profesional.

Terdapat beberapa elemen dalam kompetensi digital yaitu Pertama Pengetahuan Teknologi. Sumber daya manusia perlu memahami prinsip-prinsip dasar teknologi digital, seperti perangkat keras dan perangkat lunak, jaringan, dan internet. Pemahaman tentang pengetahuan teknologi di era digital merujuk pada kemampuan seseorang untuk memahami konsep-konsep dasar, aplikasi praktis, serta implikasi sosial dan ekonomi dari teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam kehidupan sehari-hari dan di berbagai bidang professional.

Kedua Keterampilan Penggunaan Alat Digital. Sumber daya manusia perlu menguasai dalam penggunaan berbagai aplikasi dan perangkat lunak, termasuk program pengolah kata, spreadsheet, presentasi, dan perangkat lunak spesifik lainnya yang relevan untuk pekerjaan ataupun kehidupan sehari-hari.

Ketiga Kemampuan Pencarian dan Evaluasi Informasi. Keahlian dalam mencari informasi secara efisien di internet, mengevaluasi keandalan sumber informasi, dan menyaring informasi yang relevan dan berguna sangat dibutuhkan. Pada

era digital saat ini, akses terhadap informasi sangat melimpah. SDM yang dapat secara efektif mencari informasi dapat memanfaatkan sumber daya ini untuk mendukung dalam pengambilan keputusan yang baik dan mendapatkan solusi yang tepat dalam berbagai aktifitas. Lalu kemampuan dalam mengevaluasi informasi adalah kunci dalam membuat keputusan yang informasional dan berbasis bukti. SDM yang dapat memilah informasi yang relevan dan dapat dipercaya dapat membuat keputusan yang lebih baik, baik dalam konteks profesional maupun pribadi.

Keempat Keterampilan Komunikasi Digital. Seseorang diharapkan memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif baik melalui email, pesan teks, platform media sosial, dan alat komunikasi digital lainnya. Ini termasuk kemampuan untuk menulis dengan jelas dan memahami etika dalam berkomunikasi digital.

Kelima Kemampuan Berpikir Kritis, Kreatif, Menyelesaikan Masalah, dan Inovatif. Keterampilan untuk menganalisis situasi, memecahkan masalah, dan membuat keputusan berdasarkan informasi digital yang tersedia sangat diperlukan dalam suatu organisasi. Dengan memiliki kemampuan tersebut, seseorang dapat menjadi pemimpin yang efektif, inovator, motivator dan kontributor yang berharga dalam berbagai situasi dan lingkungan kerja yang kompleks. Sumber daya manusia yang memiliki kreativitas dan inovasi dapat menjadi agen perubahan yang berarti dalam berbagai bidang kehidupan. Mereka dapat membawa ide-ide segar, solusi inovatif, dan energi baru yang diperlukan untuk mengatasi tantangan kompleks dan memanfaatkan peluang yang muncul.

Sumber daya manusia yang memiliki kompetensi digital akan memberikan keuntungan terhadap dirinya sendiri maupun organisasi, karena transformasi digital telah menyebabkan seluruh aktivitas sehari-hari tidak terlepas dari penggunaan teknologi digital sebagai kompetensi dasar. Dengan demikian, dalam konteks organisasi perlu ada

perubahan untuk mendorong peningkatan kompetensi digital Sumber Daya Manusia. Adopsi keterampilan digital ini menjadi kunci untuk berhasil beradaptasi dengan perubahan, selain itu juga organisasi perlu memfasilitasi komunikasi efektif sebagai bagian dari kebutuhan dalam komunikasi secara digital dan memastikan keberlanjutan produktivitas dalam lingkungan kerja yang terus berkembang secara digital

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini telah meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas kerja dalam organisasi. Memiliki kompetensi digital akan memberikan kesempatan seseorang dalam berinovasi hal ini memungkinkan individu untuk mengembangkan solusi kreatif dan inovatif dalam berbagai bidang. Dengan demikian, kompetensi digital bukan hanya tentang menguasai teknologi, tetapi juga tentang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup, produktivitas, dan keterlibatan sosial dalam masyarakat ataupun organisasi.

Daftar Pustaka

Cahen, F., & Borini, F. M. (2020). International Digital Competence. *Journal Of International Management*, 26(1), 100691

E. Becker, B.M. Huselid, and D. Ulrich, 2001, *The HR Scorecard*. Boston: Harvard Business School Press.

Ranse. K and L. Grealish, (2007) Nursing students' perceptions of learning in the clinical setting of the Dedicated Education Unit, *J. Adv. Nurs*., vol. 58, no. 2

Straubhaar, Joseph & LaRose, Robert, Lucinda Davenport. 2011. *Media Now : Understanding Media, Culture and Technology. (7th edition)*. USA; Wadsworth Thomson Learning.

Manajemen Pemasaran di Era Digital

Wisnu Rayhan Adhitya, S.Ab., M.Si[8]
Universitas Negeri Medan

"Pemasaran di era digital telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan dan bagaimana perusahaan mempromosikan produk atau jasa mereka"

Manajemen pemasaran di era digital mengharuskan perusahaan untuk mengadopsi teknologi dan strategi baru untuk mencapai dan menarik pelanggan. Setiap perusahaan tentunya manajemen pemasaran yang berkontribusi atas menganalisa dan mengatur proses pemasaran produk perusahaan. Divisi pemasaran tidak bisa diabaikan karena berkontribusi dalam banyak hal untuk kelancaran proses pemasaran produk. Pengertian manajemen pemasaran adalah suatu proses penentuan tujuan pemasaran, analisa proses pemasaran, dan pemenuhan rencana tujuan pemasaran untuk perusahaan atau organisasi. Selain itu, manajemen pemasaran juga menganalisis dan mengukur tentang strategi proses pemasaran suatu perusahaan atau organisasi. Lebih singkatnya,

[8] Lahir di Medan, 14 Juli 1990. Penulis lulus Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara (USU) pada tahun 2013, dilanjutkan dengan Pendidikan Program Magister Ilmu Manajemen (M.Si) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara (USU) diraih pada tahun 2016. Saat ini penulis mengabdi pada Universitas Negeri Medan. Penulis juga sering melakukan penelitian dan menulis jurnal dari hasil penelitian dalam bentuk luaran Publikasi Nasional yang terakreditasi.

manajemen pemasaran adalah divisi yang mengatur setiap proses pemasaran produk hingga menganalisa setiap proses pemasaran. Pemasaran sangat penting dalam perusahaan atau organisasi karena dengan adanya pemasaran, perusahaan bisa meraih target pasar yang dituju dan mendapatkan lebih banyak pelanggan. Lalu bagaimana Pengertian Manajemen Pemasaran Dan Konsepnya Pada Era Serba Era Digital Seperti Sekarang? Anda bisa membaca tulisan 5 konsep penting dalam manajemen untuk memasarkan produk anda disini, atau bisa juga melanjutkan untuk membaca tulisan ini dulu sampai selesai.

Dengan era digital seperti saat ini, manajemen pemasaran banyak melakukan perubahan yang mampu membuat perusahaan tetap bertahan di era digital.Tentunya setiap perubahan dilakukan dengan penyesuaian era digital yang diperlukan. Ada beberapa konsep yang bisa diterapkan untuk memahami pengertian manajemen pemasaran di era digital dan startup digital. Manajemen pemasaran di era digital adalah tentang terus beradaptasi dengan teknologi baru dan memahami kebutuhan serta perilaku pelanggan yang terus berubah. Digital marketing atau merupakan serangkaian aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui platform online untuk mempromosikan produk atau layanan bisnis. Aktivitas ini melibatkan penggunaan berbagai kanal digital seperti media sosial, mesin pencari, email, dan website untuk mencapai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran sebagi aktivitas terstruktur yang tujuannya adalah memperkenalkan suatu produk usaha agar bisa dibeli atau digunakan oleh banyak orang sehingga semua produk usaha membutuhkan strategi pemasaran yang jitu, dikerjakan terencana, hingga berhasil mencapai tujuan tertentu. Tujuan akhir biasanya untuk membuat penjualan meningkat.

Namun, untuk produk yang masih baru, dibutuhkan waktu yang lebih lama untuk melakukan pemasaran. Alasannya karena calon pembeli perlu mengenal produk Anda terlebih dahulu, kemudian memastikan apakah produk yang Anda berikan menjawab kebutuhannya atau tidak. Maka dari itu,

perlu adanya stratgi pemasaran digital yang menjangkau audiens yang menggunakan internet. "Digital marketing sangat penting untuk diimplementasikan karena memiliki tiga bagian yaitu *Earn Media* (*Recommendation*, *Reviews*, *Reffer*, dan *Word of Mouth*). Kemudian ada *Paid Media* (*Paid Promotions Influencer* PPC) serta *Own Media* (*Website*, *Social Media Account*, *Mobile Apps dan Google My Business*). Kemudian ada yang namanaya M*arketing Activity* yaitu ada *Brand* dengan konsep layanan, produk, hingga jasa kepada sebuah target market." Tidak bisa dimungkiri bahwa *digital marketing* sudah menjadi strategi pemasaran unggulan di masa sekarang ini. Buktinya, semakin banyak perusahaan di Indonesia menerapkan *digital marketing, b*ahkan perusahaan yang sudah lama berdiri pun mulai beralih ke pemasaran digital dalam mempromosikan produk atau layanannya, mulai dari iklan di media sosial hingga strategi *Search Engine Optimization* alias SEO. Fenomena ini menunjukkan bahwa *digital marketing* sudah menjadi hal yang tidak bisa diabaikan dalam dunia bisnis. *Digital marketing* kini memegang peranan penting dalam bisnis Anda. Keberadaan *digital marketing* tidak hanya membuat bisnis Anda bisa tetap eksis dan bersaing di tengah kemajuan teknologi. Justru ada beberapa alasan *digital marketing* menjadi strategi pemasaran yang penting untuk bisnis Anda, yaitu:

1. Meningkatkan Jangkauan Bisnis

   Dalam era digital ini, konsumen menghabiskan banyak waktu mereka secara *online*, baik itu di media sosial, mesin pencari *(search engine*), atau yang paling populer adalah platform *e-commerce*. Melalui pemasaran digital, perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas. Melalui berbagai platform *online* seperti, perusahaan dapat menjangkau lebih banyak orang bahkan secara global. Dengan menciptakan kampanye yang efektif, perusahaan dapat menarik perhatian calon pelanggan di seluruh dunia.

2. Meningkatkan *Brand Awareness*

Membangun *brand awareness* yang kuat sangat penting di tengah persaingan yang ketat ini. *Digital marketing* memberikan kesempatan yang sempurna untuk mencapai tujuan ini. Berbagai strategi seperti konten berkualitas tinggi, kampanye iklan, dan interaksi aktif dengan audiens melalui media sosial membuat merek perusahaan makin dikenal oleh target audiens. *Brand awareness* yang baik akan membangun reputasi bisnis yang kuat dan memberikan kepercayaan kepada konsumen.

3. Meningkatkan Konversi dan Penjualan

Salah satu keunggulan *digital marketing* adalah kemampuannya untuk mencapai pelanggan potensial yang siap melakukan pembelian. Melalui strategi yang tepat, perusahaan dapat menarik target audiens atau pelanggan potensial dan mengubahnya menjadi pelanggan setia. Strateginya mencakup penggunaan kampanye *email marketing* yang tersegmentasi dengan baik, pembuatan tautan yang relevan, dan penawaran yang menarik. Selain itu, *digital marketing* juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan bisnis dengan pelanggan.

4. Target Audiens yang Lebih Presisi

Dengan data demografis, perilaku ketika menggunakan platform *online*, dan preferensi konsumen, perusahaan dapat mengarahkan pesan pemasaran kepada audiens yang relevan. Artinya, perusahaan tidak perlu khawatir jika mengirimkan iklan secara acak kepada semua orang. Namun, perusahaan dapat memilih siapa yang akan melihat iklan melalui pengaturan tertentu. Manfaat ini tentunya meningkatkan efektivitas kampanye sehingga menghasilkan lebih banyak konversi.

5. Fleksibel dalam Menyesuaikan Strategi Pemasaran

Digital marketing memberikan fleksibilitas untuk mengubah strategi perusahaan seiring perkembangan bisnis. Pasalnya, bisnis tidak selalu berjalan dengan cara yang diharapkan. Dengan berbagai *tools* analitis dan data yang diperoleh dari kampanye *digital marketing*, perusahaan dapat mengukur hasil dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan. Jika beberapa metode tidak efektif, perusahaan dapat menghentikan metode tersebut dan mencoba pendekatan lain yang lebih efisien.

6. Bisa Langsung Mengukur Hasil Kampanye Pemasaran Digital

Perusahaan bisa langsung melihat seberapa baik performa kampanye dengan *tools* analitis digital. Anda dapat melihat jumlah orang yang melihat iklan, jumlah orang yang mengkliknya, jumlah orang yang melakukan pembelian, dan masih banyak lagi. Perusaahan pun memiliki *insight* yang rinci tentang efektivitas kampanye. Melalui data ini, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengoptimalkan strategi.

7. Mampu Berinteraksi dengan Pelanggan secara Langsung

Salah satu aspek penting dari *digital marketing* adalah kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan Anda. Kehadiran media sosial, *email*, dan berbagai interaksi *online* lainnya dapat membantu perusahaan dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Perusahaan dapat berkomunikasi, menjawab pertanyaan, mengatasi masalah, dan mendengarkan masukan mereka dengan mudah. Perusahaan pun memiliki kesempatan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan perusahaan dengan lebih baik.

8. Efisiensi Biaya Pemasaran

Perusahaan dapat memulai usaha *digital marketing* mereka dengan biaya yang relatif rendah. Selain biaya awal yang relatif rendah, *digital marketing* memiliki kelebihan dalam segi meningkatkan skala perusahaan bisa secara perlahan meningkatkan biaya pemasaran digital perusahaan dan juga menurunkannya ketika diperlukan. Lalu, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, perusahaan dapat melakukan *targeting* dalam pemasaran digital yang dapat membantu memastikan perusahaan hanya mengeluarkan uang untuk benar-benar menjangkau audiens yang relevan dengan bisnis perusahaan.

9. Memenuhi Ekspektasi Pelanggan

Tidak bisa dipungkiri bahwa di era digital seperti saat ini, pelanggan cenderung memilih untuk berinteraksi dengan bisnis secara digital, mulai dari mencari, membeli, hingga kepada pelayanan pasca pembelian. Laporan dari Google menunjukkan bahwa 68% pelanggan mengatakan akan membeli dari bisnis atau brand yang menyediakan layanan komunikasi yang mudah.

Dengan kata lain, bisnis yang mengabaikan pemasaran digital dengan tujuan membangun komunikasi dua arah dengan pelanggan secara tidak langsung mengabaikan kebutuhan pelanggan dan calon pelanggan mereka. Tanpa membangun keberadaan digital dengan baik dan kuat, bisnis bisa saja kehilangan pelanggan-pelanggan mereka. Semua penjelasan di atas menunjukkan alasan mengapa *digital marketing* itu penting bagi bisnis Anda. Melalui strategi yang tepat, *digital marketing* dapat mencapai tujuan bisnis, mulai dari meningkatkan jangkauan dan kesadaran merek hingga meningkatkan konversi dan penjualan.

Daftar Pustaka

Bangun Suharti, Dkk. Manajemen Pemasaran: Menghadapi Era Digital Dalam Strategi Bisnis. 2024. Yayasan Literasi Sains Indonesia.

Dessy Kurnia Sari. Manajemen Pemasaran Di Era Digital. 2023. Rajawali Pers. Indonesia.

Hendra Poltak, et al. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital. 2022. Media Sains Indonesia.

BAGIAN II

Peningkatan Mutu Manajemen
dan Sumber Daya Manusia

Self Management Dibutuhkan Sebagai Upaya Peningkatan Produktivitas dalam Berkarya

Dr. Dra. Damiasih, MM., M.Par., CHE., CGSP[9]
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

"Self Management sangat dibutuhkan seseorang untuk meningkatkan produktivitas dalam berkarya sebagai bentuk upaya pengendalian diri dari berbagai problematika kehidupan"

Latar Belakang

Banyaknya permasalahan dalam kehidupan manusia sehari-hari dapat memengaruhi produktivitas kinerja sesorang. Sebagai individu dewasa yang produktif dapat menyikapi dan mengolah sikap mental dalam meningkatkan suatu kinerja diri kita. Kinerja individu ditentukan oleh bagaimana individu tersebut mencapai target dalam bekerja, antara lain dipengaruhi oleh sikap mental (Susita dan Busharmaidi, 2024: 50).

S*elf Management* (manajemen diri) merupakan kemampuan diri seseorang dalam mengendalikan dirinya terhadap gejolak fisik dan psikis untuk meraih ketenangan emosi, pikiran, dan sikap (*attitude*) sehingga keadaan dan

[9] Damiasih, sebagai dosen di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, lahir di Nganjuk, Jawa Timur. Pendidikan S1 Bahasa Perancis di FBS Universitas Negeri Yogyakarta, S2 Manajemen di STIE Mitra Indonesia, S2 Pariwisata di STIEPARI Semarang, dan S3 Manajemen di UKSW Salatiga. Penulis aktif dalam menulis baik artikel di media cetak, jurnal, atau buku.

perilaku menjadi terarah. Manajemen diri sangat dibutuhkan dalam penguasaan diri sehingga produktivitas dalam berkarya dapat berada dalam ruang keeimbangan. Dengan terjaganya nilai-nilai keseimbangan tersebut, maka seseorang dapat terus produktif dan berhasil guna.

Dalam kehidupan bermasyarakat terutama dalam dunia kerja, tidak menutup kemungkinan seseorang akan berada dalam permasalahan penguasaan diri. Bilamana seseorang dalam situasi tersebut, maka kita harus mampu mengelola dan mengendalikan diri kita sendiri. Beberapa contoh usaha dalam penguasaan diri yang dapat diupayakan adalah diri kita mampu untuk mengatur dan mengisi waktu untuk kegiatan positif sesuai dengan *fashion* kita seperti menulis, meneliti, membaca buku, atau melakukan aktifitas lain yang terkait dengan kebugaran seperti berenang, senam, menonton, meditasi, berwisata, serta menjaga keseimbangan pola makan dan istirahat. Dari beberapa upaya tersebut diatas, secara tidak langsung diri kita akan mampu menekan emosi yang bergejolak, kesehatan dan stamina tetap terjaga dengan baik. Dengan upaya pengendalian tersebut, maka perasaan dan jiwa akan berkembang secara optimal.

Perlunya *Self Management* (Manajemen Diri) Untuk Pengendalian Diri

Sebagai pribadi yang memiliki segudang kegiatan, maka diri kita harus mampu mengelola diri sendiri (manajemen diri) dan mampu menciptakan suatu pengendalian terhadap diri kita sendiri dan bukan hanya mengandalkan pihak luar untuk mengelola diri kita, karena bagaimanapun hanya diri kita sendiri yang mampu merasakan semuanya. Manajemen diri sangat dibutuhkan oleh pribadi-pribadi yang banyak mempunyai kesibukan karena dengan manajemen diri seseorang akan dapat mengatur waktunya dengan tepat, sehingga mampu untuk fokus kepada kinerjanya. Dengan fokus

terhadap kinerjanya, maka diri kita dapat menyelesaikan pekerjaan tepat waktu dengan hasil yang maksimal.

Rutinitas dan kesibukan yang menyita banyak waktu tentu akan mengganggu keseimbangan dalam kinerja. Hal tersebut sangat tidak baik dan cenderung kurang produktif. Dari pengamatan dilapangan terkait hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa seseorang akan mampu mengendalikan kinerjanya dengan baik apabila diri kita mampu menyusun program-program kerja dengan skala prioritas. Kita harus mampu membuat analisa bahwa pekerjaan yang harus diutamakan itu yang harus dikerjakan terlebih dahulu. Selain itu, hindari bersikap malas-malasan atau menunda-nunda pekerjaan, hal ini akan berakibat tidak baik jikalau waktu kita yang telah disibukkan dengan banyak kegiatan akan tetapi tidak terkelola dengan baik. Bagi seseorang yang memiliki banyak kesibukan, maka evaluasi sangat dibutuhkan supaya semua kegiatan dapat berjalan dan berhasil dengan baik.

Dalam dunia kerja, selain evaluasi kinerja juga harus ada perbaikan kinerja supaya produktivitas seseorang dapat tercapai secara maksimal. Beberapa ahli berpandangan bahwa dalam perbaikan kinerja, hal yang perlu dilakukan adalah mengidentifikasi bagian-bagian yang perlu dikembangkan, menyusun rencana aksi untuk perbaikan, dan pemantauan berkelanjutan. Sedangkan tujuan dari perbaikan kinerja adalah: 1) meningkatkan produktivitas sehingga dapat tercapai target kerja dan meningkatkan pelayanan, 2). meningkatkan kualitas, sehingga hasil kinerja tidak cacat, 3). Mengurangi biaya, hal ini untuk efektifitas kinerja, 4) meningkatkan keamanan baik untuk karyawan maupun pelanggan, 5) meningkatkan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan, 6) meningkatkan inovasi, untuk pengembangkan teknologi, 7) mencapai target keuangan untuk mendapatkan keuntungan, 8) meningkatkan kinerja karyawan untuk pengembangan karir, 9) menyederhanakan proses supaya menghemat waktu, tenaga dan biaya, 10) meningkatkan daya saing, supaya efisiensi,

kompetitif, dan memberikan nilai tambah untuk pelanggan, 11) mencapai standart atau sertifikasi kualitas untuk perbaikan kinerja (Susita dan Busharmaidi, 2024: 133-134).

Bagi seseorang yang berkarir, selain manajemen diri, sikap mental yang kuat merupakan modal untuk menuju kesuksesan. Kesuksesan dapat dimulai dari diri kita dan dapat tumbuh ke tahap yang lebih tinggi melalui pergaulan dan jalinan hubungan dengan pihak lain, artinya bahwa kesuksesan akan melibatkan interaksi dengan beberapa pihak. Tindakan menjalin jejaring merupakan salah satu langkah untuk membuka pengembangan diri. Manfaat membuka jejaring dapat dibedakan menjadi dua sisi: 1) untuk diri pribadi, pengembangan jejaring dapat memperluas hubungan sosial, dapat berteman dengan berbagai kalangan, memperoleh informasi berharga, memperbaiki kualitas spiritual dan fisik, 2). Untuk bisnis, pengembangan jejaring dapat memcahkan permasalahan, meningkatkan peluang kerja, memberi informasi berharga, dapat menemukan orang-orang yang kompeten, dan memperoleh peluang bisnis baru (Keller, 2023: 196).

Dalam dunia kerja, bagi seorang karyawan, *Self Management* atau manajemen diri dapat dipersiapkan sejak dini. Hal tersebut dikarenakan bahwa pengendalian diri dan manajemen diri tidak serta merta hadir dalam diri kita, akan tetapi diperlukan suatu upaya persiapan dan pembelajaran melalui permasalahan-permasalah dari yang ringan hingga yang berat. Dengan manajemen diri, seorang karyawan dapat melahirkan pengendalian diri yang terintegrasi dengan dinamika kehidupan manusia. Khususnya bagi seorang pendidik, *self management* (manajemen diri) harus dibentuk sejak awal, sehingga pada saat kita berada didunia kerja (pendidikan), seorang pendidik telah siap menghadapi problematika dunia kerja karena yang dihadapi adalah generasi muda (generasi Z) dengan berbagai macam problematikanya. Ciri generasi Z (genzi) dengan ciri khasnya menyukai sesuatu yang instan/tidak suka lama-lama berproses, dan melek

teknologi, membutuhkan strategi dan manajemen diri yang kuat dari diri kita sebagai p engelolanya supaya semua kepentingannya dapat terakomodir. Selain itu, kita harus meletakkan dasar yang kuat kepada para anak didik sehingga akan mempunyai pondasi yang kuat dalam berkarya dibidang pendidikan. Dari manajemen diri kita tingkatkan menjadi pengendalian diri dan hal tersebut akan menjadi perisai diri dalam menghadapi segala problematika dalam dunia kerja. Dengan dasar yang kuat, kita akan mampu mengelola diri kita dan dapat menakar kemampuan mengendalikan diri dalam dunia kerja dibidang apapun.

Daftar Pustaka

Keller Jeff, 2023, *Attitude is Everything*, Jakarta Selatan, Rene book.

Susita Dewi, dan Busharmaidi, 2024, *Manajemen Kinerja*, Jakarta Timur, Bumi Aksara

Pembelajaran *Experiential Learning* dalam Manajemen

Dr. Deden Rahmanudin, S.Pd.I., M.M[10]
Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Aulia

"Pembelajaran experiential learning dalam manajemen meningkatkan keterampilan praktis mahasiswa melalui pengalaman nyata, refleksi, dan penerapan teori"

Pembelajaran *experiential learning* adalah metode pendidikan yang semakin populer dalam bidang manajemen. Metode ini menekankan partisipasi aktif mahasiswa dalam pengalaman nyata sebagai cara utama pembelajaran. Artikel ini membahas konsep dasar *experiential learning*, manfaatnya dalam pendidikan manajemen, serta pandangan dari para ahli mengenai penerapan metode ini. Selain itu, artikel ini juga mencakup strategi implementasi dan daftar pustaka sebagai referensi lebih lanjut.

Pendidikan manajemen tradisional yang berfokus pada pengajaran teoritis seringkali dianggap kurang efektif dalam mempersiapkan mahasiswa untuk tantangan dunia nyata.

[10] Penulis lahir di Bogor, 4 Maret 1983, merupakan Dosen di Program Studi Pendidikan Agama Islam Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Aulia Cibungbulang Bogor, menyelesaikan studi S1 di STIT Tangerang Raya tahun 2010, menyelesaikan S2 di Pascasarjana Prodi Manajemen SDM Universitas Surapati Jakarta tahun 2014, dan menyelesaikan S3 Prodi Ilmu Politik Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2023

Experiential learning hadir sebagai alternatif yang menawarkan pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman nyata, yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi praktis dan keterampilan manajerial mahasiswa.

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis yang semakin kompleks, diperlukan pendekatan pendidikan yang mampu mempersiapkan mahasiswa dengan keterampilan yang relevan. Pendekatan *experiential learning* menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik, memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan mereka dalam situasi nyata. Artikel ini akan mengulas lebih dalam tentang experiential learning, manfaatnya, pandangan ahli, serta implementasinya dalam kurikulum manajemen.

Konsep Dasar *Experiential Learning*

Experiential learning atau pembelajaran berbasis pengalaman pertama kali diperkenalkan oleh David Kolb. Dalam bukunya, *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development* (1984), Kolb menjelaskan bahwa experiential learning adalah proses di mana pengetahuan diciptakan melalui transformasi pengalaman. Proses ini melibatkan empat tahap utama:

1. *Concrete Experience*: Mahasiswa terlibat langsung dalam pengalaman nyata.
2. *Reflective Observation*: Mahasiswa merefleksikan pengalaman tersebut.
3. *Abstract Conceptualization*: Mahasiswa mengembangkan konsep dan teori berdasarkan refleksi.
4. *Active Experimentation*: Mahasiswa menerapkan konsep dan teori tersebut dalam situasi baru.

Kolb menekankan bahwa siklus ini memungkinkan mahasiswa untuk belajar secara lebih mendalam melalui keterlibatan langsung dan refleksi. Pembelajaran tidak hanya

terbatas pada penguasaan konsep-konsep teoretis, tetapi juga melibatkan pengembangan kemampuan untuk menerapkan pengetahuan dalam situasi yang beragam dan dinamis.

Manfaat *Experiential Learning* dalam Pendidikan Manajemen

Manfaat *experiential learning* dalam pendidikan manajemen sangat beragam. Beberapa di antaranya adalah:

1. Pengembangan Keterampilan Praktis: Melalui pengalaman nyata, mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan praktis yang relevan dengan dunia kerja. Misalnya, mereka dapat belajar tentang dinamika tim, kepemimpinan, dan pengambilan keputusan melalui proyek nyata.
2. Peningkatan Retensi Pembelajaran: Pembelajaran yang melibatkan pengalaman langsung cenderung lebih mudah diingat dan dipahami. Dengan berpartisipasi aktif dalam kegiatan praktis, mahasiswa dapat menginternalisasi konsep-konsep yang dipelajari secara lebih efektif.
3. Meningkatkan Motivasi dan Partisipasi: Mahasiswa lebih termotivasi dan aktif dalam proses pembelajaran ketika mereka terlibat langsung dalam kegiatan praktis. Partisipasi aktif ini dapat meningkatkan minat dan komitmen mereka terhadap materi yang dipelajari.
4. Pengembangan *Soft Skills*: Selain keterampilan teknis, *experiential learning* juga membantu dalam pengembangan keterampilan interpersonal, seperti komunikasi, kerjasama tim, dan kepemimpinan. Keterampilan ini sangat penting dalam dunia manajemen yang membutuhkan kemampuan untuk bekerja dengan orang lain secara efektif.

Dalam konteks pendidikan manajemen, *experiential learning* memberikan mahasiswa kesempatan untuk belajar melalui tindakan, refleksi, dan eksperimen.

Mereka dapat menguji teori, mengevaluasi hasil, dan mengadaptasi pendekatan mereka berdasarkan "umpan balik" yang diterima. Dengan demikian, tercipta lingkungan pembelajaran yang dinamis dan berpusat pada mahasiswa, di mana mereka aktif terlibat dalam proses pembelajaran.

Pandangan Para Ahli tentang *Experiential Learning*

Para ahli pendidikan dan manajemen sepakat bahwa pengalaman langsung sangat penting dalam pembelajaran. David Kolb percaya bahwa pembelajaran yang efektif melibatkan siklus pengalaman yang berulang, di mana individu terus-menerus menguji dan memodifikasi pemahaman mereka. John Dewey berpendapat bahwa pendidikan harus berakar pada pengalaman nyata yang relevan dengan kehidupan siswa. Peter Senge menekankan pentingnya pembelajaran berbasis pengalaman dalam menciptakan organisasi yang belajar, yang mampu beradaptasi dengan cepat dan terus berkembang.

Intinya, pembelajaran yang efektif harus didasarkan pada pengalaman langsung dan terintegrasi dengan kehidupan sehari-hari.

1. Implementasi *Experiential Learning* dalam Kurikulum Manajemen melibatkan beberapa strategi berikut:
    a. Proyek Berbasis Nyata: Mengintegrasikan proyek nyata dari industri ke dalam kurikulum untuk memberikan pengalaman praktis dan interaksi langsung dengan para profesional.
    b. Simulasi dan Studi Kasus: Menggunakan simulasi dan studi kasus untuk memberikan pengalaman praktis dalam lingkungan terkendali,

memungkinkan mahasiswa menguji keterampilan mereka tanpa risiko.

c. Magang dan Kerja Praktik: Memungkinkan mahasiswa menjalani magang atau kerja praktik untuk menerapkan pengetahuan dalam konteks kerja nyata dan membangun jaringan profesional.

d. Kunjungan Industri dan Kuliah Tamu: Mengadakan kunjungan industri dan mengundang praktisi sebagai pembicara tamu untuk memberikan wawasan langsung dan perspektif praktisi sukses.

2. Implementasi experiential learning membutuhkan dukungan dari seluruh komponen institusi pendidikan. Dosen harus merancang kurikulum yang fleksibel, administrasi menyediakan sumber daya dan infrastruktur, dan kerjasama dengan industri penting untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa terlibat dalam proyek nyata.

Untuk memberikan gambaran lebih konkret tentang implementasi experiential learning, berikut adalah beberapa studi kasus dari berbagai institusi pendidikan di Indonesia:

1. Universitas Indonesia: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI mewajibkan mahasiswa untuk magang selama minimal tiga bulan di perusahaan atau organisasi terkait. Tujuannya adalah untuk memberikan pengalaman praktis dan mengaplikasikan pengetahuan yang telah dipelajari.
2. Institut Teknologi Bandung: Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB menggunakan metode simulasi bisnis dalam mata kuliah manajemen. Mahasiswa menjalankan perusahaan virtual dan membuat keputusan strategis, sehingga mereka dapat belajar dari kesalahan dan memahami dinamika bisnis secara praktis.

3. Universitas Gadjah Mada: Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM mengadakan kunjungan industri rutin. Mahasiswa mengunjungi perusahaan dan mendengarkan penjelasan dari para manajer tentang operasional dan strategi bisnis. Hal ini memberikan wawasan praktis dan mengaitkan teori dengan praktik nyata.

Studi kasus ini menunjukkan bahwa *experiential learning* dapat diimplementasikan dengan berbagai cara, tergantung pada konteks dan tujuan pendidikan. Yang terpenting adalah memastikan bahwa mahasiswa terlibat aktif dalam pengalaman nyata yang relevan dengan bidang studi mereka.

Kesimpulan

Experiential learning efektif dalam pendidikan manajemen, kembangkan keterampilan dan soft skills mahasiswa. Institusi pendidikan mempersiapkan lulusan hadapi dunia kerja dinamis. Pandangan ahli dan studi kasus tunjukkan manfaatnya: meningkatkan pembelajaran, latih pemimpin adaptif dan inovatif.

Daftar Pustaka

Dewi, A. S., & Hidayat, T. (2020), Implementasi Metode Experiential Learning dalam Pendidikan Manajemen di Indonesia, Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran, 27(1), 112-123.

Handoko, T. H., & Prasetyo, B. (2021), Pengaruh Pembelajaran Berbasis Pengalaman terhadap Keterampilan Manajerial Mahasiswa, Jurnal Manajemen Indonesia*, 23(2), 145-157.

Priyanto, A., & Suyono, J. (2022), Studi Kasus Implementasi Experiential Learning di Universitas Indonesia, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 35(3), 189-204.

Sutrisno, E., & Rahayu, N. (2019), Penggunaan Simulasi Bisnis sebagai Metode Pembelajaran di Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB, Jurnal Pendidikan Tinggi, 14(4), 333-347.

Wahyuni, S., & Kurniawan, R. (2023), Efektivitas Program Kunjungan Industri dalam Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa tentang Praktik Bisnis, Jurnal Manajemen dan Bisnis, 40(2), 211-226.

Pelayanan Akademik dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pendidikan

Dr. Badruzzaman, M.Si[11]
Universitas Iskandar Muda

"Pelayanan akademik tulang punggung dari sistem pendidikan yang efektif dan berkelanjutan. Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan, peran pelayanan akademik tidak bisa diabaikan"

Pentingnya pelayanan akademik dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan. Kami akan membahas berbagai strategi dan pendekatan yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan pelayanan akademik mereka, serta pentingnya menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang efektif dalam konteks ini. Selain itu, kami juga akan menyoroti peran teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam memperbaiki dan menyempurnakan proses pelayanan akademik.

[11] Penulis lahir di Lamnga, 13 September 1972, merupakan Dosen di Program Studi Magister Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL) Universitas Iskandar Muda, menyelesaikan studi S1 di Prodi Manajemen Keuangan Perbankan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIEI) tahun 2001, menyelesaikan S2 di Prodi Ilmu Ekonomi/Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung (UNPAD) tahun 2006, dan S3 di Prodi Ilmu Sosial Unmer tahun 2019.

Semoga dapat memberikan wawasan yang berguna dan inspiratif bagi pembaca untuk terus berinovasi dan berkomitmen dalam meningkatkan kualitas pelayanan akademik, sehingga dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih baik dan memuaskan bagi seluruh stakeholders dalam dunia pendidikan.

Pengantar

Pelayanan akademik dalam konteks pendidikan tinggi memiliki peran yang sangat penting dalam memengaruhi pengalaman belajar mahasiswa serta keberhasilan mereka dalam menyelesaikan studi. Bab ini akan menguraikan konsep pelayanan akademik, pentingnya pelayanan akademik yang berkualitas, dan bagaimana hal ini berkontribusi terhadap meningkatkan kualitas pendidikan di lembaga pendidikan.

Konsep Pelayanan Akademik

Pelayanan akademik mencakup berbagai aspek layanan yang diberikan kepada mahasiswa dalam mendukung proses pembelajaran dan pengembangan mereka di lingkungan akademik. Bab ini akan membahas definisi pelayanan akademik, ruang lingkup layanan yang termasuk di dalamnya, serta faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan akademik.

Kata pelayanan banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, misalnya pelayanan publik, pelayanan administratif, pelayanan yang memuaskan dan sebagainya. Menurut Kotler dan Keller (2013: 356) “Pelayanan akademik merupakan semua tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”. Selanjutnya pelayanan akademik adalah segala kegiatan yang ditawarkan dan dilakukan oleh pihak akademik baik secara fisik maupun psikis serta pelayanan yang ditawarkan atau administrasi kepada mahasiswa dan sivitas akademika yang lain, yang pada dasarnya

tidak menghasilkan kepemilikan (Kotler 2008: 121). Pengertian "pelayanan akademik dalam kurikulum pembelajaran" sedangkan menurut Rosita dalam Susanto (2014: 91) adalah "upaya yang sistematis dari pendidikan untuk memfasilitasi peserta didik menguasai isi dari kurikulum melalui sebuah proses pembelajaran sehingga mereka mampu mencapai kompetensi standar yang diterapkan"

Menurut Gronroos dalam bukunya Ratminto dan Atik Septi Winarsih tentang pelayanan mendefinisikan pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara mahasiswa dengan pegawai."

Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Akademik

Untuk mencapai pelayanan akademik yang berkualitas, lembaga pendidikan perlu mengimplementasikan berbagai strategi dan pendekatan. Bab ini akan membahas strategi-strategi efektif yang dapat diterapkan oleh lembaga pendidikan, seperti pengembangan kebijakan pelayanan akademik, pelatihan staf, dan penggunaan teknologi informasi.

Pelayanan akademik merupakan layanan kependidikan yang berkaitan langsung kepada pelanggan primer (mahasiswa) dari sekolah tinggi yang maliputi kurikulum, silabus umum, rancangan mutu perkuliahan, satuan materi sajian, penyajian materi, evaluasi, praktikum, dan pembibingan. Dikatakan demikian karena sekolah tinggi diibaratkan industri yang jasanya mempunyai produk kependidikan yang terdiri dari jasa akademik, jasa penelitian, jasa pengabdian pada masyarakat, jasa administrasi, dan jasa ekstrakulikuler. Kualitas pelayanan akademik adalah hal yang sangat penting dalam lembaga pendidikan. Wahana Akademika Pelayanan akademik dikatakan berkualitas/bermutu apabila sesuai dangan kebutuhan-kebutuhan pelangganya. Senada dengan yang disampaikan Lupiyoadi kualitas pelayanan akademik adalah

nilai yang diberikan oleh pelanggan sejauhmana layanan akademik Pelanggan dalam hal ini mahasiswa yang akan mengatakan pelayanan akademik berkualitas apabila sesuai dengan spesikasi mereka.

Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam Pelayanan Akademik

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memberikan dampak besar terhadap transformasi pelayanan akademik. Bab ini akan mengulas peran TIK dalam meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan kualitas pelayanan akademik, serta tantangan yang mungkin dihadapi dalam implementasinya.

Ini sejalan dengan pandangan Levin, Kirkpatrick, dan Rubin (1982) bahwa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi akademik dapat memberikan dukungan informasi kepada para pemimpin atau pengambil keputusan untuk kemajuan organisasi. Pengembangan manajemen akademik berbasis teknologi informasi memiliki dampak signifikan pada dunia pendidikan. Evaluasi sistem informasi menjadi hal yang krusial dalam memahami kontribusi positif yang dihasilkan oleh teknologi dalam konteks pembelajaran. Beberapa poin penting yang perlu diperluas dalam pembahasan meliputi:

1. Efisiensi dalam Proses Belajar Mengajar: Teknologi informasi memberikan kemungkinan untuk mengotomatisasi banyak aspek administrasi, seperti absensi, perencanaan jadwal, dan manajemen data akademik. Ini mengarah pada efisiensi yang lebih baik dalam proses belajar mengajar, mengurangi beban tugas administratif, dan memungkinkan mereka fokus pada pengajaran.
2. Meningkatkan kualitas pembelajaran: Penerapan teknologi informasi dapat menciptakan lingkungan pembelajaran yang lebih menarik dan interaktif.

Penggunaan perangkat lunak pembelajaran, platform pembelajaran daring, dan sumber daya digital dapat meningkatkan kualitas pendidikan. Dalam evaluasi, penting untuk mempertimbangkan dampak positif ini terhadap pencapaian akademik siswa.

3. Peralatan dan Infrastruktur: Untuk memastikan kesuksesan penerapan teknologi informasi, perlu ada investasi yang tepat dalam perangkat keras dan perangkat lunak. Pembahasan harus mencakup aspek pengadaan peralatan, pemeliharaan, dan kecukupan infrastruktur jaringan untuk mendukung pembelajaran berbasis teknologi.
4. Evaluasi Hasil dan Kinerja Dosen: Evaluasi sistem informasi harus mencakup penilaian terhadap bagaimana Dosen menggunakan teknologi dalam proses pembelajaran. Apakah dosen telah mendapatkan pelatihan yang cukup untuk memanfaatkan teknologi secara efektif? Hasil akademik dan efektivitas pengajaran juga perlu dipertimbangkan dalam evaluasi.

Implikasi Manajerial dalam Pelayanan Akademik

Manajemen yang efektif dalam pengelolaan pelayanan akademik sangat penting untuk mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan. Bab ini akan membahas prinsip-prinsip manajemen yang dapat diterapkan dalam konteks pelayanan akademik, termasuk pengelolaan sumber daya, pengukuran kinerja, dan strategi pengembangan berkelanjutan. Kemudian hal yang harus diperhatikan berkaitan dengan tingkat kepuasan mahasiswa. Bahwa dari hasil analisa tingkat kepuasan mahasiswa akan kualitas pelayanan saat ini dinilai sangat baik dan memberikan kontribusi besaran pengaruh yang tinggi. Akan tetapi ketika tingkat kepuasan tersebut tinggi tidak berdampak pada sikap loyal yang ditunjukan oleh mahasiswa. Oleh karena itu adaya ketidakpuasan mahasiswa yang

disebabkan bukan dari kaulitas pelayanan misalnya dari cara pengajaran, kenyamana dalam proses bimbingan, terutama untuk mahasiswa yang sedang menjalankan tugas. Oleh karena itu perlu adanya kajian atau perhatian berkaitan dengan kepuasan agar mahasiswa memiliki sikap loyal terhadap universitas.

Daftar Pustaka

Bowen, W. G., & Shapiro, H. T. (2013). *Educational Goods: Values, Evidence, and Decision-Making*. University of Chicago Press.

Frederickson, K., & Brewer, G. A. (2010). *The Handbook of Educational Administration*. Sage Publications.

Kezar, A., & Maxey, D. (2014). *Envisioning the Future of Doctoral Education: Preparing Stewards of the Discipline*. John Wiley & Sons.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan: Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

Levin, R.I., dan Kirkpatrick. C.A., (1982). Perentjanaan dan Pengawasan Dengan PERT dan CPM. Bharatara. Jakarta.

Middaugh, M. F. (2009). *Planning and Assessment in Higher Education: Demonstrating Institutional Effectiveness*. John Wiley & Sons.

Ratminto dan Atik Septi Winarsih, (2009). *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), Cet II, 2.

Susanto, H. (2014). *Pengaruh Layanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa. Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh*, 15(2), 88-98.

Terenzini, P. T., & Pascarella, E. T. (2010). *How College Affects Students: A Third Decade of Research*. Jossey-Bass.

Akreditasi Bermutu untuk Pendidikan Bermutu

Bradley Setiyadi, S.Pt., M.Pd[12]
Universitas Jambi

"Akreditasi bukanlah suatu vonis bagi satuan pendidikan, melainkan sebagai bentuk pemetaan pendidikan guna menentukan kebijakan untuk menuju pendidikan yang bermutu"

Akreditasi pendidikan, atau akreditasi sekolah dikemukakan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menyebutkan bahwa akreditasi adalah kegiatan penilaian kelayakan program satuan pendidikan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Akreditasi dilakukan untuk menentukan kelayakan program dan satuan pendidikan yang berada pada setiap jenjang, jenis dan jalur pendidikan (formal dan non formal), sedangkan untuk program dan satuan pendidikan dilakukan oleh pemerintah dan/atau lembaga mandiri sehingga memiliki akuntabilitas publik yang tinggi. Dalam pelaksanaannya, proses akreditasi didasarkan atas asas keterbukaan. Secara lebih teknis, regulasi pelaksanaan akreditasi diatur dalam Peraturan Menteri

[12] Penulis adalah dosen tetap di Program Studi Administrasi Pendidikan FKIP Universitas Jambi, serta berperan sebagai Asesor di Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Anak Usia Dini, Dasar dan Menengah (BAN-PDM) Provinsi Jambi. Penulis juga aktif menghasilkan karya tulis dalam bentuk jurnal ilmiah, prosiding seminar, buku referensi, monograf dan *book chapter*.

Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Nomor 38 Tahun 2023 dengan instrumen-instrumen yang ditetapkan dalam Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Nomor 246/O/2024.

Akreditasi sekolah mengarah pada penyediaan layanan pendidikan yang bermutu dan kedudukannya dapat ditempatkan sebagai alat regulasi diri (*self regulation*) dimana sekolah mengenal dan memahami kekuatan dan kelemahannya (Suryana, 2005:3). Dalam hal ini, akreditasi sekolah adalah sarana untuk melakukan upaya-upaya yang terus menerus dalam meningkatkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki sekolah serta memperbaiki kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Proses akreditasi terhadap sekolah harus sampai pada titik membuka dan memberikan keyakinan kepada seluruh stakeholder, baik itu warga sekolah (guru, peserta didik dan orang tua) maupun masyarakat umum, dimana sekolah telah dan akan melaksanakan berbagai program kerja sekolah dengan sumber daya yang dimilikinya secara sungguh-sungguh agar terjadi proses pendidikan yang bermutu sehingga dapat menghasilkan luaran yang juga bermutu.

Dalam kenyataan di lapangan, akreditasi sekolah lebih banyak dimaknai untuk memperoleh status dan pengakuan secara formal, sementara makna sesungguhnya belum banyak diketahui dan dilaksanakan secara sungguh-sungguh (Asopwan, 2018:265). Produktivitas sekolah seakan-akan meningkat ketika akan dilakukan kegiatan akreditasi dengan menyiapkan seluruh perangkat administrasi sesuai dengan instrumen yang ada, namun setelah akreditasi berlangsung dan memperoleh pengakuan, maka produktivitas dari komponen sekolah kembali seperti semula. Padahal pada hakikatnya, kegiatan akreditasi dilaksanakan untuk memperoleh gambaran kinerja sekolah yang dapat digunakan sebagai alat pembinaan, pengembangan dan peningkatan mutu pendidikan di sekolah tersebut.

Manfaat akreditasi pada prinsipnya adalah sebagai acuan dalam upaya peningkatan mutu dan rencana pengembangan sekolah karena hasilnya menjadi umpan balik dalam usaha pemberdayaan dan pengembangan kinerja warga sekolah (Herianto dkk, 2019:510). Bagi kepala sekolah, hasil akreditasi diharapkan dapat dijadikan bahan informasi untuk pemetaan indikator kelayakan sekolah, kinerja warga sekolah, termasuk kinerja kepala sekolah selama periode kepemimpinannya. Hasil akreditasi juga diperlukan kepala sekolah sebagai bahan masukkan untuk penyusunan program serta anggaran pendapatan dan belanja sekolah. Sementara bagi guru, akreditasi merupakan dorongan untuk selalu meningkatkan diri dan bekerja keras dalam memberikan layanan yang baik bagi peserta didik guna mempertahankan dan meningkatkan mutu sekolah, disamping guru juga merasa senang bekerja di sekolah yang diakui mutu dan kualitasnya.

Hasil akreditasi merupakan dorongan untuk selalu meningkatkan diri dan bekerja keras dalam memberikan layanan terbaik bagi peserta didik guna mempertahankan dan meningkatkan mutu sekolah (Iskamto dkk, 2022:47). Oleh karena itu, bagi peserta didik akan menumbuhkan rasa percaya diri bahwa mereka memperoleh pendidikan yang bermutu dan mengikuti pendidikan di sekolah yang juga bermutu. Dengan demikian, akreditasi sekolah memiliki fungsi untuk:

1. Pengetahuan, yaitu sebagai informasi tentang kelayakan sekolah dilihat dari berbagai unsur yang terkait yang mengacu pada standar pendidikan nasional.
2. Akuntabilitas, sebagai bentuk pertanggungjawaban sekolah kepada masyarakat.
3. Pembinaan dan pengembangan, sebagai dasar bagi sekolah, masyarakat dan pemerintah dalam upaya pengembangan dan peningkatan mutu sekolah.

Akreditasi dapat menjadi acuan dari upaya penigkatan mutu pendidikan, terlaksasanya visi, misi dan tujuan dalam

program sekolah serta meningkatkan daya saing mutu pendidikan dari tingkat kabupaten/kota hingga nasional (Febriyani & Warmansyah, 2021:126). Akreditasi dapat memudahkan identifikasi terlaksananya bantuan dari pemerintah, masyarakat atau sektor swasta, baik dalam bentuk pelatihan, pembinaan maupun dana. Bagi pemerintah, akreditasi merupakan bentuk upaya penjaminan dan pengendalian serta sebagai wujud pertanggungjawaban publik dari mutu program satuan pendidikan di wilayah Republik Indonesia. Pemetaan mutu pendidikan dapat dilakukan sehingga dapat memberikan program pembinaan kepada masing-masing satuan pendidikan, dan fungsi pengendalian dapat dijalankan sehingga pelaku-pelaku di bidang pendidikan bersama-sama berupaya mewujudkan layanan pendidikan yang berkualitas. Sementara bagi masyarakat, akreditasi satuan pendidikan merupakan gambaran mutu sebagai pelanggan utama dari suatu institusi pendidikan.

Akreditasi menjadi salah satu bagian penting dalam upaya memperoleh informasi tentang kondisi nyata suatu lembaga pendidikan berdasarkan standar minimal yang telah ditetapkan menuju perencanaa pendidikan yang terarah guna mewujudkan tujuan pendidikan nasional yang berkualitas (Saad & Asnidar, 2020:47). Akreditasi merupakan suatu bentuk usaha mempercepat dan mendorong pertumbuhan dan perkembangan sekolah, serta memberikan motivasi bagi sekolah untuk berlomba-lomba berbenah diri dalam rangka mencapai standar yang telah ditetapkan. Akreditasi berperan menciptakan serangkaian standar kualitas semua lembaga dan program pendidikan, serta menjaga kepercayaan *stakeholder* sehubungan dengan penyelenggaraan pendidikan (Purba, 2022:129). Hasil akreditasi dan akuntabilitas sekolah akan meningkatkan kepercayaan publik, dimana ketika sebuah institusi atau lembaga pendidikan terakreditasi dengan baik, maka masyarakat dapat mengambil kesimpulan terhadap kualitas penyelenggaraan pendidikan secara keseluruhan.

Akreditasi merupakan bentuk penjaminan mutu eksternal bagi satuan pendidikan, yang hasilnya bermanfaat bagi satuan pendidikan dan instansi yang menaunginya, karena hasilnya berupa evaluasi pencapaian terhadap sekolah (Suardipa & Pitriani, 2020:151). Mutu pada satuan pendidikan memiliki makna untuk menghasilkan dan memberikan yang terbaik, yang bertujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui standar yang telah ditetapkan. Dengan demikian, hasil akreditasi sebagai masukkan dari pihak eksternal mengenai kelayakan program pendidikan secara menyeluruh, memiliki manfaat untuk pemenuhan standar pendidikan nasional serta sebagai sarana pembinaan, perbaikan, pengembangan dan pemetaan mutu pendidikan yang ada pada satuan pendidikan tersebut, yang akhirnya juga berpengaruh terhadap pemetaan mutu pendidikan di seluruh wilayah Republik Indonesia. Makna akreditasi lebih dari sekedar penilaian terhadap satuan pendidikan. Akreditasi dapat dimaknai sebagai penggambaran kondisi terkini satuan pendidikan secara nyata, sehingga dapat dirancang suatu rencana pembimbingan dan pembinaan serta pemetaan mutu pendidikan, dari mulai satuan pendidikan, daerah hingga nasional.

Daftar Pustaka

Asopwan, D. (2018). Studi tentang Akreditasi dalam Meningkatkan Produktivitas Sekolah. IJEMAR: Indonesian Journal of Education Management and Administration Review Volume 2 Number 2 December 2018 pp. 264-271.

Febriyani, E & J. Warmansyah. (2021). Akreditasi Satuan PAUD Berbasis Sistem Penilaian Akreditasi (SISPENA). JOSTECH: Journal of Science and Technology Volume 1 Issue 2 pp. 124-135.

Herianto, E., Rispawati., Dahlan & B. Alqadri. Pelatihan dan Pendampingan tentang Persiapan Akreditasi dan Dampaknya bagi Kesiapannya dalam Menyongsong Akreditasi. Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat Volume 2 Nomor 4 November 2019 hal. 509-516.

Iskamto, D., E. Gultom., J.N. Liyas., P.B. Ansori., Y. Harwina & T. Hendra. (2022). Pelaksanaan Proses Akreditasi Sekolah untuk Menjaga Kualitas Pendidikan Sekolah/Madrasah. Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi Volume 1 Nomor 2 hal. 46-51.

Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 246/O/2024 tentang Instrumen Akreditasi Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah.

Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2023 tentang Akreditasi Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 422.

Purba, R.I., P. Sinaga., E. Hariandja & R. Parani. (2022). Strategi Asesor Akreditasi PAUD dan Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan Anak Usia Dini. Jurnal Golden Age Volume 6 Nomor 01 Juni 2022 hal. 128-142.

Saad, S.R & Asnidar. (2020). Peran Akreditasi Sekolah dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di SMP Muhammadiyah Lakea. IQRA: Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman Volume 15 Nomor 02 Juli 2020 hal. 46-49.

Suardipa, I.P & K. Pitriani. (2020). Urgensi Sistem Penjaminan Mutu dan Akreditasi dalam Pemetaan Mutu Satuan

Pendidikan. PINTU: Jurnal Penjaminan Mutu Volume 1 Nomor 2 hal. 143-153.

Suryana, A. (2005). Akreditasi, Sertifikasi dan Upaya Penjaminan Mutu Pendidikan. Jurnal Administrasi Pendidikan Volume III Nomor 2 Oktober 2005 hal. 1-14.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301.

Transformasi Manajemen Agribisnis: Kunci Kesuksesan dan Kesejahteraan Petani

Hendra Saputra, SE.,M.Si[13]
Universitas Negeri Medan

"Transformasi manajemen agribisnis adalah kunci untuk meningkatkan kesuksesan, produktivitas, efisiensi, dan kesejahteraan petani secara berkelanjutan"

Agribisnis merupakan sektor yang memainkan peran vital dalam perekonomian banyak negara, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Sektor ini tidak hanya menyediakan bahan pangan untuk penduduk, tetapi juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, menciptakan peluang usaha, dan memberikan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) negara. Dalam konteks globalisasi dan perubahan iklim, agribisnis menghadapi berbagai tantangan yang membutuhkan strategi manajemen yang inovatif dan adaptif. Manajemen agribisnis yang efektif sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan profitabilitas sektor ini. Manajemen yang baik mencakup perencanaan strategis, pengorganisasian sumber daya, pengarahan tenaga kerja, dan pengendalian operasional. Setiap

[13] Penulis, yang lahir di Langkat pada 13 November 1975, saat ini adalah Dosen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Negeri Medan. Menyelesaikan studi S1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Islam Sumatera Utara pada tahun 1999, dan menyelesaikan studi S2 di Program Studi Ilmu Manajemen Pascasarjana Universitas Sumatera Utara pada tahun 2008.

aspek manajemen ini harus diterapkan dengan mempertimbangkan kondisi lokal dan tantangan global, seperti perubahan iklim, fluktuasi harga pasar, dan perkembangan teknologi. Penerapan dan implementasi manajemen agribisnis dalam pola hidup petani dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kesejahteraan petani. Petani yang mengadopsi praktik manajemen yang baik akan mampu memaksimalkan hasil panen mereka, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan kualitas hidup mereka serta keluarga mereka. Implementasi manajemen agribisnis yang baik juga dapat membantu petani menghadapi berbagai risiko, seperti bencana alam, penyakit tanaman, dan ketidakpastian pasar.

Penerapan manajemen agribisnis: 1) Perencanaan merupakan langkah awal dalam manajemen agribisnis yang melibatkan pengaturan tujuan, strategi, dan kebijakan. Perencanaan yang baik membantu petani menentukan arah usaha mereka dan membuat keputusan yang lebih baik. Dalam perencanaan agribisnis, petani harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti musim tanam, kondisi cuaca, harga pasar, ketersediaan input pertanian, dan permintaan konsumen. Perencanaan juga melibatkan penentuan target produksi, alokasi sumber daya, dan penjadwalan kegiatan pertanian. Contohnya, petani dapat menggunakan data historis dan prediksi cuaca untuk menentukan waktu terbaik untuk menanam dan memanen tanaman. Mereka juga dapat melakukan analisis pasar untuk memahami tren harga dan permintaan produk pertanian, sehingga dapat mengoptimalkan penjualan dan keuntungan mereka; 2) Pengorganisasian dalam manajemen agribisnis melibatkan pembagian tugas dan tanggung jawab serta pengaturan sumber daya. Pengorganisasian yang baik memastikan bahwa setiap aspek usaha pertanian berjalan lancar dan efisien. Petani harus mengatur pekerja, alat, dan bahan dengan efisien untuk memastikan bahwa setiap kegiatan dapat dilakukan dengan baik. Misalnya, dalam sebuah kebun, pengorganisasian meliputi

penugasan pekerja untuk berbagai tugas seperti penanaman, pemeliharaan tanaman, pengendalian hama, dan panen. Petani juga perlu mengatur penggunaan alat pertanian seperti traktor, alat penyiram, dan alat pemanen agar digunakan secara optimal dan tidak menyebabkan kerusakan atau keausan yang berlebihan; 3) Pengarahan adalah proses memberikan instruksi dan bimbingan kepada pekerja. Dalam konteks agribisnis, petani perlu memberikan arahan yang jelas kepada para pekerja tentang tugas-tugas yang harus dilakukan dan cara melakukannya. Pengarahan yang efektif mencakup komunikasi yang baik, motivasi, dan pelatihan. Petani perlu memastikan bahwa pekerja memahami tugas mereka dan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk melaksanakan tugas tersebut. Mereka juga harus memberikan umpan balik dan bimbingan untuk meningkatkan kinerja pekerja. Selain itu, petani harus menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan memotivasi pekerja untuk bekerja dengan baik; 4) Pengendalian melibatkan pemantauan dan evaluasi terhadap kinerja dan hasil kegiatan agribisnis. Petani harus mampu mengevaluasi hasil panen, kualitas produk, dan efektivitas proses kerja untuk melakukan perbaikan yang diperlukan. Pengendalian yang baik membantu petani mendeteksi masalah sejak dini dan mengambil tindakan korektif sebelum masalah tersebut membesar. Misalnya, petani dapat menggunakan sistem pemantauan dan evaluasi untuk melacak pertumbuhan tanaman, kesehatan tanaman, dan hasil panen. Mereka juga dapat melakukan pengujian kualitas produk untuk memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas. Jika ditemukan masalah seperti penurunan hasil panen atau kualitas produk yang rendah, petani dapat menganalisis penyebabnya dan mengambil langkah-langkah untuk mengatasi masalah tersebut.

Implementasi manajemen agribisnis dalam pola hidup petani: 1) Petani perlu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam manajemen agribisnis. Ini bisa

dicapai melalui pelatihan, penyuluhan, dan pendidikan formal maupun non-formal. Dengan pengetahuan yang lebih baik, petani dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan mengelola usaha pertanian mereka dengan lebih efektif; 2) Pelatihan dan penyuluhan dapat diselenggarakan oleh pemerintah, lembaga pendidikan, atau organisasi non-pemerintah. Materi pelatihan dapat mencakup berbagai topik seperti teknik budidaya, manajemen keuangan, pemasaran, dan penggunaan teknologi pertanian. Selain itu, petani juga dapat belajar dari pengalaman petani lain melalui forum diskusi, kelompok tani, dan koperasi; 3) Penggunaan teknologi modern dalam agribisnis dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Petani harus terbuka terhadap penggunaan teknologi seperti sistem irigasi otomatis, alat pertanian canggih, dan aplikasi manajemen pertanian.

Teknologi dapat membantu petani mengoptimalkan penggunaan sumber daya, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan hasil panen. Misalnya, sistem irigasi otomatis dapat memastikan bahwa tanaman mendapatkan air yang cukup tanpa pemborosan air. Alat pertanian canggih seperti traktor otomatis dan mesin panen dapat mengurangi kebutuhan tenaga kerja dan meningkatkan efisiensi kerja. Aplikasi manajemen pertanian dapat membantu petani melacak berbagai aspek usaha pertanian, seperti stok input, jadwal tanam, dan data cuaca; 4) Diversifikasi usaha pertanian dapat membantu petani mengurangi risiko dan meningkatkan pendapatan. Petani dapat mencoba berbagai jenis tanaman, peternakan, atau usaha agribisnis lainnya yang sesuai dengan kondisi lingkungan dan pasar. Diversifikasi juga dapat membantu petani memanfaatkan sumber daya secara lebih efisien dan mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk. Misalnya, petani yang biasanya menanam padi dapat mencoba menanam sayuran atau buah-buahan sebagai tambahan. Mereka juga dapat beternak ayam atau ikan untuk menambah sumber pendapatan. Dengan diversifikasi, petani dapat lebih tahan

terhadap fluktuasi harga dan risiko kegagalan panen; 5) Koperasi pertanian dapat memberikan banyak manfaat bagi petani, termasuk akses ke modal, pasar, dan informasi. Bergabung dengan koperasi dapat membantu petani mengatasi tantangan yang mereka hadapi secara individu. Koperasi dapat menyediakan layanan seperti pembelian bersama, pemasaran bersama, dan pelatihan. Koperasi juga dapat membantu petani mendapatkan harga yang lebih baik untuk produk mereka dengan menjual secara kolektif dan langsung ke pasar yang lebih besar. Selain itu, koperasi dapat menyediakan akses ke fasilitas penyimpanan, pengolahan, dan transportasi yang lebih baik, sehingga produk petani dapat dipasarkan dengan lebih efisien.

Manajemen agribisnis yang baik merupakan kunci keberhasilan dalam sektor pertanian. Dengan menerapkan dan mengimplementasikan prinsip-prinsip manajemen agribisnis dalam pola hidup mereka, petani dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kesejahteraan mereka. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat sangat penting untuk mendorong penerapan manajemen agribisnis yang efektif.

Daftar Pustaka

Purwanto, E. (2018). *Manajemen Agribisnis*: Teori dan Aplikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Soekartawi. (2005). *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Fauzi, A. (2017). *Teknologi Pertanian dan Manajemen Agribisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wijaya, H. (2019). *Strategi Pengembangan Agribisnis di Indonesia*. Bandung: Alfabeta.

Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2020). *Panduan Praktis Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Kementerian Pertanian RI.

Kepemimpinan Karismatik Kepala Madrasah Ibtidaiyah Miftahul Mubtadiin Kedungwaru dalam Membangun Karakter Peserta Didik

Sukataman, M.Pd[14]
IAINU Kebumen

"Kepemimpinan karismatik adalah kemampuan seorang pemimpin dalam menggerakkan anggotaya yang penuh wibawa, keteduhan dan kehangatan"

Kepemimpinan Karismatik dan Madrasah Ibtidaiyah Miftahul Mubtadiin Kedungwaru

1. Pengertian kepemimpinank Karismatik

Semua kembali kepada pemimpin!. Sering kali kalimat itut terucap dari seseorang yang menjadi anggota dalam organisasi atau lembaga tertentu. Bagaimanapun, pemimpin adalah kepala yang menjadi sosok *figure* bagi anggotnya. Jika pemimpin baik, maka anggotanya akan baik, jika nggota tidak baik maka belum tentu pemimpinnya tidak baik. Namun bisa dipastikan jika pemimpin tidak baik maka anggotanya tidak akan baik. Hal tersebut karena pemimpin adalah kepala dari sebuah badan,

[14] Penulis lahir di Blora, 20 Agustus 1992. Keseharin aktif mengajar atau menjadi dosen IAINU Kebumen. Lulus S1 tahun 2015 dari kampus UNUSIA (program beasiswa PBSB), dan S2 lulus tahun 2019 dari kampus IAINU Kebumen (program beasiswa fresh graduate). Sekarang mau lanjut S3 beasiswa LPDP di Jakarta dan Inteks studi di mulai 21 September 2024.

lokomtif dari beberapa garbing kereta, supir, masinis, pilot dari beberapa penumpang, menjadi setir dari sebuah kendaraan. Arah dan tujuan bersama ditaruh pundak seorang pemimpin. Maka, pemimpin yang baik adalah pemimpin yang memiliki jiwa kepemimpinan. Sebab tidak semua pemimpin memiliki jiwa kepemimpinan.

Secara umum kepemimpinan adalah seni mempengaruhi orang lain dalam mencapai tujuan bersama.(Sukataman, Maghfuri, and Asnawi 2022). Dikatan seni maksudnya adalah pemimpin memiliki keahlian, fungsi dalam mewujudkan cita bersama, namun dengan mewujudkan cita bersama harus semua anggota bergerak sesuai dengan perannya masing-masing. Jadi, seorang pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan harus memiliki seni menggerakkan anggotanya. Jika pemimpian tidak memiliki jiwa kepemimpinan sudah dipastikan dalam menahkodai organisasi/lembaga pendidikan tidak akan berhasil,. Sedangkan karismatik adalah seseorang yang hangat dan meneduhkan bagi siapa saja yang memandang dan bergaul dengannya. Kepemimpinan karismatik merupakan salah satu gaya kepeimpinan yang memiliki ciri khas menanamkan nilai-nilai ideologi yang dihasilkan dari sebuah penafsiran visi dan misi organisasi dengan lebih baik (Marginingsih 2016).

Jadi, bisa disimpulkan kepemimpinan karismatik secara garis besar yaitu sebuah kemampuan seorang pemimpin dalam menggerakkan anggotaya yang penuh wibawa, keteduhan dan kehangatan. Dimana anggota jika melihat *leader* nya memiliki aura tersendiri. Anggota tidak merasa tidak tersinggung dan tidak terpaksa. Anggota melakuakan pekerjaannya dengan penuh suka rela, sehingga dalam penyelesauan tugas anggota penuh dengan kebahagian dan kepuasan.

2. Madrasah Ibtadiyah Miftahul Mubtadiin Kedungwaru

Uniknya berdirinya Madrasah Ibtidaiyah Miftahul Mubtadiin ini dibangun atas dasar usul dan pesetujuan para ulama' setempat. Tradisi saling meminta nasihat di antara ulama' menjadi tradisi msayarakat Kedungwaru, meskipun tidak semua msayarakat melakukannya akan tetapi masyarakat yang memiliki agama yang kuat rata-rata dalam segala sesuatu termasuk dalam membangun sebuah lembaga pendidikan MI Miftahul Mubtadiin meminta restu dan doa kepada para kiayi/ulama'.

MI Miftahul Mubtadiin berada di Jl Komplek Bendung Rt. 06 Rw. 01, Kedungwaru, Kec. Kunduran, Kabupaten Blora, Jawa Tengah 58255. Lokasi MI MIfathul Mubtadiian yang jauh dari jalan raya utama dan jauh dari keramaian tidak menjadi kendala untuk tetap *eksis* ikut andil dalam membangun peradaban Nusa dan Bangsa. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya kepercayaan seorang wali murid memasrahkan putra-putrinya kepada MI Miftahul Mubtadiin. Salah satunya adalah Ali mempercayakan pendidikan anaknya di MI MIftahul Mubtadiin. Meskipun setiap berangkat Ali melewati 2 sekolahan Negeri, tapi tekad Ali mempercayakan pendidikan anaknya tetap di MI Mifathul Mubtadiin.

Karisma Kepala Madrasah dalam Membentuk Karakter Peserta Didik

Karisma seorang pemimpin memberikan dampak positif terhadap anggotanya, Sri Wido Mulyono adalah sosok pemimpin di MI Miftahul Mubtadiin yang memiliki jiwa pemimpin yang penuh dengan karisma. Bukan hanya di Madrasah, di masyarakat juga menjadi *public figure* masyakarat. Tidak jarang urusan masyarakat meminta bantuan dan arahan kepada Sri Wido Mulyono. Pak Yon, begitulah masyarakat akrab memanggilnya. Selain itu, Pak Yon juga menjadi

entrepreneur dalam bidang peternakan, pertanian dan pekebunan. Usahanya yang berfariasi dan penuh inovasi, membuat para dinas terkait berkunjung untuk melihat dan meninjau langsung usahanya. Sekarang beliau dipercaya mengelola dana aspirasi DPR yang dialihfungsikan menjadi kambing. Pengelolaan tersebut bukan hanya dikelola oleh Pak Yon, melainkan memberikan kesempatan kepada masyarakat yang memiliki minat untuk *entrepreneur* bidang ternak kamibing dengan catatn serius dan berkomitmen.

Karisma Pak Yon tidak hanya itu, karismatik itu juga melekat ada dirinya saat menjadi sosok kepala Madrasah di MI Miftahul Mubtadiin. Keyakinan yang kuat terhadap Tuhan dari program baik untuk Madrasah dan jiwa yang hangat menjadikan amunisi dan aura postif kepada anggotanya. Diantara beberapa program atau kebijkan yang didukung oleh anggotanya dalam membentuk karakter peserta didik yaitu;

1. Pedagang harus jual barang dagangan yang bermanfaat

   Anjuran islam dalam jual beli adalah jual beli barang yang halal dan baik. Dua unsur tersebut berdasrkan asas kebermanfaatan kapada semua pihak, Memandang maksud ajaran tersebut, Pak Yon memberikan intruksi kepada para pedadang di lingkunagn Madrasah bahwa brang yang dijual harus bermanfaat. Landasan Madrasah tersebut adalah agar menjadi seorang peserta didik yang memiliki jiwa hakikat muslim, seperti yang tertera dalam hadits:

   مِنْ حُسْنِ إِسْلَامِ الْمَرْءِ تَرْكُهُ مَا لَا يَعْنِيهِ

   "Di antara yang termasuk bagusnya keislaman seseorang adalah ia meninggalkan apa yang tak berguna (bermanfaat) baginya" (Nawawi 2005).

   Hadits di atas memberikan pelajaran bahwa seorang muslim hendaknya melakukan dalam segala hal harus memperhatikan aspek kebermanfaatan, termasuk dalam barang dagangan. Hal itu menjadi landasan kepala

Madrasah mengeluarkan kebijakan tersebut. Selain landasasn kebermanfaatan, juga aspek membangun karakter peserta didik. Hal tersebut juga dilatar belakangi oleh, pernah soerang pedagang lingkungan Madrasah yang jual *lotre* (istilah jawa yang dekat dengan judi, karena pembeli hanya lintingan kertas yang berisi tulisan hadiah atau nomer hadiah), karena tidak semua mendapatkan hadiah dan hal tersebut memberikan dampak ketagihan kepada judi. Tujuan larangan agar berhenti berjualan dengan barang dagangan *lotre* adalah agar siswa tidak terjerumus kepada judi, tidak menjadi kebiasaan hingga tradisi dan siswa lebih mampu menimbangkan aspek kebermanfaatan kelak di kehidupan mereka (Syaifudin 2020). Dari pelajaran dan kebijakan Pak Yon sebagai pemimpin karismatik, kebanyakan dari alumni yang memiliki jiwa *entrepreneur* mengikuti pemikiran beliau. Karakter baik tersebut dipraktikkan oleh Pak yon dengan *lisanul haal* (perbuatan yang menjadi keteladanan).

2. Sima'an hafalan bersama orang tua

Sima'an adalah salah satu metide hafalan yang diterapkan di dalam *muroja'ah* hafalan ayat - ayat dari Al - Qur'an. Penerapan model tersebut merupakan usaha yang dilakukan oleh para penghafal Al - Qur'an dengan maksud meningkatkan kualitas dan menjaga hafalan. Model ini familiar di kalangan para penghafal AL - Qur'an. Model ini memiliki edukasi tinggi dimana penghafal sangat dituntut kejujurannya dan kemampuan tingkat kelancarannya (Iriswan 2019). Ada yang mengartikan antara metode *sima'an* dengan murajaah adalah berebeda. Perbedaan itu terletak pada pelaksanannya. Jika *muraja;ah* bisa dilakukan oleh diri sendiri, namun *sima'an* pasti dilakukan oleh lebih dari 1 orang. Artinya bhawa metode *muraja'ah* belum tentu *sima'an,* namun *sima'an* sudah asti *muraja'ah* (Khumairoh An Nahdliyah, Mar'atul Azizah 2022).

Uniknya metode *sima'an* yang dilakukan di MI Mifathul Mubtadiin dengan orang tua sendiri. Dimana orang tua menyimak hafalan, dan buah hatinya melantunkan ayat atau surat yang dihafal. Sedangkan metode ini biasa dilakukan oleh seorang guru, bu nyai, pa kyai kepada santri nya atau bahkan teman sebaya. Tujuan dari metode dan inovasi ini adalah agar orang tua mengerti kemampuan anak-anaknya sendiri. Orang tua tidak hanya menerima laporan yang berbentuk kertas atau lisan dari hasil studi hafalan anaknya. Selain itu, agar orang tua peduli terhadap pendidikan anaknya. Dari inovasi metode di atas, Pak Yon menekankan pentingnya membangun karakter islami dalam keluarga. Hal tersebut digambarkan dengan kompaknya antara anak dan orang tua dalam mendukung program *tahfidz.* Maka banyak alumni yang meneruskan belajar di luar langsung diterima dalam ujian BTQ. Hal tersbut dilatar belakangi oleh karakter peserta didia yang mencintai Al-Qur'an.

Daftar Pustaka

Iriswan. 2019. "Jurnal Pendais Volume 1 No.2 Desember 2019 178." 1(2):

Khumairoh An Nahdliyah, Mar'atul Azizah, Farikhatul Ilmiyah. 2022. "Penerapan Metode Muroja'ah Dan Sima'i Dalam Peningkatkan Hafalan Al Qur'an Siswa Di Ma Al Washoya Kertorejo Ngoro Jombang." 11(2):

Marginingsih, Ria. 2016. "Kepemimpinan Karismatik Sebagai Employer Branding." *Jurnal Bisnis Darmajaya* 02(02):32–51.

Nawawi, Muhyiddin Yahya Bin Syarif. 2005. "Hadits Arba'in Nawawiyah (Terj.)." *Islamic Propagation Office in Rabwah* 13(1):11.

Sukataman, Sukataman, M. Aziz Maghfuri, and Retna Iwan Asnawi. 2022. "Konsep Umum Tentang Kepemimpinan." *IBTIDA- Jurnal Kajian Pendidikan Dasar* 2(1):57–61. doi: 10.33507/ibtida.v2i1.429.

Syaifudin, M. Syekh Ikhsan. 2020. "Waris Lotre Masyarakat Muslim Desa Tunglur Perspektif Konstruksi Sosial." I(I).

Membangun Moralitas Manajemen Kepemimpinan

Enni Hartati, SE, M.Si[15]
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci

"Leadership merupakan salah satu alat yang efektif dalam penggerakkan. Dengan kata lain, untuk mencapai tujuan, diperlukan penggerakkan, dan untuk mencapai pelaksanaan yang efektif, diperlukan kepemimpinan"

Secara etimologi, kata *"manajemen"* berasal dari bahasa Perancis kuno, yaitu *"management"* yang memiliki arti sebagai seni dalam mengatur dan melaksanakan suatu tugas atau aktivitas (Gesi et al., 2019:3). Manajemen juga dapat didefinisikan sebagai upaya merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengawasi untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan secara terminologi, ada beberapa definisi mengenai manajemen, R.C. Davis dalam (Kristianto, 2021:27) mengemukakan bahwa manajemen merupakan fungsi dari kepemimpinan eksekutif dalam setiap organisasi.

George R. Terry mengemukakan bahwa, manajemen merupakan sebuah proses yang khas yang terdiri dari perencanaan *(planning)*, pengorganisasian *(Organizing)*,

[15] Penulis lahir pada tanggal 13 Juli 1973, di desa Tanjung Mudo Penawar, Kecamatan Setinjau Laut, Kab. Kerinci-Jambi. Pendidikan S1 di Universitas Jambi,1996, pendidikan S2 di Universitas Bung Hatta,2013. Bekerja sebagai Tenaga Kependidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci, dan sudah berkeluarga.

pengendalian *(actuating)* dan pengawasan *(controlling)*, konsep manajemen tersebut dikenal dengan istilah fungsi manajemen, ini merupakan proses sistematis dalam melaksanakan pekerjaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Gesi et al., 2019:3). Menurut pandangan Luther Gullick dalam (Sadikin et al., 2020:3), manajemen merupakan suatu bidang ilmu yang secara sistematik berusaha memahami bagaimana dan mengapa orang-orang bekerja sama. Definisi ini mengandung arti bahwa manajemen adalah suatu bidang ilmu yang mempelajari mengenai bagaimana orang-orang bekerja sama untuk mencapai sebuah tujuan.

Fungsi-fungsi Manajemen Kepemimpinan

Fungsi manajemen merupakan elemen dasar yang harus ada dalam setiap manajemen sebagai pedoman bagi manajer (sebagai individu yang bertanggung jawab dalam mengelola manajemen) dalam menjalankan tugas mereka untuk mencapai tujuan perusahaan. Fungsi manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan (Sadikin et al., 2020:14). Fungsi manajemen tersebut sebagaimana disebutkan oleh George R. Terry:

1. Perencanaan *(planning)*

   Manajemen memiliki peran penting dalam perusahaan dengan melaksanakan perencanaan dan evaluasi terhadap setiap tindakan yang telah dilakukan maupun yang masih perlu dilakukan. Perencanaan memainkan peranan penting dalam menetapkan tujuan keseluruhan perusahaan dan upaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Rencana ini mencakup strategi, kebijakan, prosedur, dan langkah-langkah yang harus diambil (Gesi et al., 2019:6).

   Dalam konteks fungsi manajemen, perencanaan adalah kegiatan di mana pimpinan menggunakan kekuasaan mereka untuk menetapkan atau mengubah tujuan dan kegiatan organisasi. Konteks pengambilan keputusan,

perencanaan melibatkan pengambilan keputusan jangka panjang atau masa depan tentang apa yang harus dilakukan, bagaimana melakukannya, kapan dan oleh siapa, walaupun hasil implementasi perencanaan tersebut tidak selalu sesuai dan perlu dibuktikan di masa mendatang (Mukminin, 2015:24).

Setiap perencanaan yang efektif didalamnya mencakup atau menjawab enam unsur yang dikenal sebagai 5W + 1H (Jazuli, 2019:30), yaitu: a) *What will be done* (apa yang akan dikerjakan), b) *Why will it be done* (mengapa dikerjakan), c) *Where will it be done* (dimana akan dikerjakan), d) *When will it be done* (kapan akan dikerjakan), e) *Who will do it* (siapa yang akan mengerjakan), f) *How will it be done* (bagaimana akan mengerjakan).

2. Pengorganisasian *(organizing)*

Fungsi ini merupakan suatu proses menetapkan struktur peran yang diperlukan untuk memasukkan individu ke dalam organisasi. Dengan demikian, secara lebih rinci, fungsi organizing merupakan proses di mana fungsi operasional, sumber daya manusia, dan fasilitas terkoordinasikan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Rohman, 2017:24). Fungsi dari pengorganisasian terdiri dari empat kegiatan, yang berhubungan satu sama lain (Jazuli, 2019:32). Kegiatan ini meliputi sebagai berikut:

a. Defining work

Mengidentifikasi kegiatan utama yang diperlukan untuk mencapai misi organisasi. Pada tahap ini, seorang manajer belum mempertimbangkan siapa yang akan melaksanakan kegiatan tersebut.

b. Grouping work

Mendesain struktur organisasi agar setiap individu dapat berkontribusi dalam mencapai misi organisasi.

Pada kegiatan ini, seorang manajer menjawab pertanyaan bagaimana struktur organisasi harus dirancang agar tujuan organisasi dapat tercapai.

c. Assigning work

Mengalokasikan kegiatan sehingga individu dapat mencapai tujuan unit kerja masing-masing. Penting untuk menghindari kebiasaan manajer mencari orang terlebih dahulu sebelum membagi tugas, agar tidak terjebak dalam membangun organisasi berdasarkan individu.

d. Integrating work

Memadukan pekerjaan satu dengan yang lain agar proses kerja dapat berjalan dengan lancar. Koordinasi menjadi hal yang sangat penting dalam kegiatan ini, untuk mencegah tumpang tindih atau adanya fungsi yang terlupakan (Gesi et al., 2019).

3. Penggerakkan (*actuating*)

Kegiatan ini bertujuan untuk menggerakkan anggota organisasi agar melaksanakan tugas mereka sesuai dengan peran masing-masing. Dalam hal ini, diperlukan kekuatan yang mampu mendorong dan menggerakkan, yang dikenal sebagai kepemimpinan (*leadership*) (Rohman, 2017:29). Di dalam kepemimpinan itu sendiri, terdapat kemampuan komunikasi, kemampuan memotivasi, serta kemampuan pengembangan sumber daya manusia yang dimiliki (Sadikin et al., 2020:16).

Menurut Ahmad Fadil HS dalam (Zazilah, 2017), penggerakan adalah proses keseluruhan dalam memberikan motivasi kepada bawahan agar mereka mau bekerja dengan sukarela demi mencapai tujuan organisasi. Hal dasar yang penting dalam proses penggerakan adalah manajemen progresif, di mana para manajer harus menunjukkan melalui sikap dan keputusannya bahwa sangat peduli terhadap karyawan.

Setidaknya terdapat beberapa prinsip yang harus dipenuhi agar apa yang diperintahkan dapat dilaksanakan (Mukminin, 2015:26), yaitu sebagai berikut:

a. Perintah harus memiliki kejelasan, terutama bagi penerima perintah, yaitu bawahan. Sebab, perintah mungkin sudah jelas bagi penerima, namun belum tentu dapat dipahami dengan baik oleh penerima, baik karena penggunaan kata-kata yang kurang dimengerti atau karena bahasa yang dapat menimbulkan berbagai arti.
b. Perintah sebaiknya diberi satu persatu, memberikan banyak perintah sekaligus pada saat yang sama dapat memberikan kesan yang kurang baik bagi penerima perintah, selain itu juga dapat menyebabkan risiko kelupaan dalam menjalankan perintah tersebut.
c. Perintah sebaiknya bersifat positif, dengan cara ini, bawahan dapat dengan jelas memahami apa yang perlu dilakukan.
d. Perintah harus setara dengan norma kesusilaan dan kemanusiaan. Maksudnya, pemimpin harus berupaya agar perintah tersebut diterima dengan baik oleh bawahannya sehingga mereka mau melaksanakannya. Meskipun perintah berasal dari atasan yang berwenang, perintah tersebut tidak boleh semata-mata menunjukkan kekuasaan, pemberian perintah memiliki kaitan yang besar terhadap moral dan disiplin bawahan (Jazuli, 2019:34).

4. Pengawasan *(Controlling)*

Fungsi manajemen dalam hal ini adalah melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja sumber daya perusahaan. Menurut Arifin & Hadi W. dalam (Rohman, 2017:31), Pengawasan juga dikenal sebagai pengendalian,

merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pengukuran hasil kerja terhadap tujuan yang telah ditetapkan.

Ada tiga hal penting yang perlu diperhatikan dalam fungsi pengawasan, yaitu: a) Menetapkan standar atau kriteria kinerja, b) Mengukur hasil kerja dengan menggunakan standar yang telah ditetapkan, c) Membandingkan kinerja dengan langkah-langkah yang telah ditetapkan, d) Mengambil tindakan yang diperlukan untuk memperbaiki hasil kerja yang tidak sesuai dengan standar atau kriteria (Rohman, 2017:32).

Penutup

Membangun Moralitas Kepemimpinan merupakan hal yang semestinya menjadi pemikiran semua dan bahkan setiap individu yang normal. Karena kepemimpinan di era modern, yang meliputi kemajuan teknologi dan informasi sejak penghujung abad 21 hingga sekarang telah banyak mengencewakan masyarakat yang mereka pimpin. Hal yang menjadi kecendrungan melemahnya nilai dan moralitas yang terjadi, setidaknya dapat dilihat dari 2 (dua) faktor. Pertama, banyak pemimpin dalam berbagai bidang dan tingkatan terlibat masalah pelanggaran moral. Kedua, sebagaimana dikemukakan banyak orang, mungkin karena usia dunia kita yang semakin menua, sehingga seolah-olah tak kuasa lagi melahirkan pemimpin-pemimpin besar (great leader) dan berintegritas seperti pada masa-masa silam.

Daftar Pustaka

Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). Manajemen dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, *1*(1), 51–66.

Jazuli, A. (2019). *Studi manajemen pelayanan haji dan umroh di PT. Mastour Semarang*. UIN Walisongo Semarang.

Kristianto, A. (2021). Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Rangka Peningkatan Kompetensi Guru dan Pegawai di Sekolah Menengah Atas (SMA) Nusantara Plus Kota Tangerang Selatan. *Tesis Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–139.

Mukminin, F. (2015). *Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan Umrah (Studi Kasus di Sultan Agung Tour & Travel Semarang)* (Vol. 1). UIN Walisongo Semarang.

Rohman, A. (2017). *Dasar dasar manejemen*. Intelegensia Media.

Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M. S. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis* (Sardimi (ed.)). K-Media.

Etika dalam Manajemen Sumber Daya Manusia

Yohana Maria Dolorosa Mahin, S.S, M.M[16]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Karya

"Etika dalam manajemen sumber daya manusia diperlukan dalam suatu perusahaan agar karyawan maupun perusahaan dapat berlaku etis"

Perusahaan merupakan tempat memproduksi barang atau jasa. Tujuan orang mendirikan suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba. Bisnis yang dijalankan oleh perusahaan memberikan kontribusi yang besar bagi kemajuan budaya, ekonomi maupun sosial, sehingga hal ini menimbulkan konsekuensi dan persaingan positif tanpa merugikan pihak lain. Persaingan dalam dunia bisnis yang tumbuh dengan sangat cepat menjadi tantangan maupun ancaman bagi perusahaan atau pelaku usaha. Untuk memenangkan persaingan bisnis, perusahaan harus mampu mempertahankan pasar yang dimilikinya, serta dapat merebut pasar yang ada, oleh karena itu perusahaan diminta untuk mempunyai kemampuan dalam merencanakan stategi bisnis yang hendak dijalankan. Strategi bisnis yang dijalankan diperlukan kesadaran moral, agar segala keputusan yang diambil tetap etis apapun kondisnya.

[16] Penulis Lahir Di Ruteng, 14 September 1985, Merupakan Dosen Di Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Karya Ruteng,Menyelesaikan Studi S1 Di STBA LIA Yogyakarta Tahun 2013, Menyelesaikan S2 Di YKPN Yogyakarta Tahun 2022.

Bisnis yang dijalankan tentunya harus berlandaskan etika. Bisnis yang beretika adalah kegiatan usaha yang dilandasi oleh cara berpikir yang baik dan sejalan dengan logika tanpa merugikan pihak-pihak yang lain. Etika bisnis membantu untuk membedakan antara moral, tanggung jawab dan keadilan (*Dricklova, Eva Dan Vladislav Kaputa. 2006*). Perilaku pengusaha dalam menjalankan bisnisnya berkaitan dengan etika bisnis. Pelaku bisnis atau perusahaan yang menjalankan bisnisnya secara tidak etis akan memberikan dampak pada keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Etika bisnis berlaku untuk semua aspek bisnis. Kata 'etika'berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *ethos*. Etika adalah nilai-nilai dan norma-norma moral,yang jadi pegangan seseorang atau suatu kelompok untuk mengatur perilaku (*K Bertens, 2013*). Konsep bisnis berkaitan dengan beberapa pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) seperti: (1) pemilik, (2) karyawan, (3) kreditor (4) pemasok dan (5) pelanggan (*Madura, Jeff, 2011*). Fungsi utama bisnis adalah (1) manajemen, (2) pemasaran, (3) keuangan (4) akuntansi dan (5) sistem informasi (*Kasmir Dan Jakfar. 2014*) Oleh sebab itu, konsep manajemen bisnis harus mengacu pada konsep bisnis dan fungsi utama bisnis. Manajemen adalah proses pemberdayaan dan penggunaan sumber daya manusia dan fisik yang ada dalam organisasi agar organisasi efektif dan efisien mencapai tujuan dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen, yaitu perencanaan,pengorganisasian,pengarahan dan pengendalian (*Bagia, I Wayan. 2020*).

Manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu hal terpenting dalam fungsi manajemen usaha untuk menjalankan suatu perusahaan atau bisnis. Perusahaan akan berjalan efektif dan produktif apabila perusahaan atau pelaku bisnis mampu menerapkan fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia dengan baik. Manajemen sumber daya manusia adalah proses pemberdayaan dan penggunaan sumber daya manusia agar organisasi produktif mencapai tujuan dengan menerpakan fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusi

yaitu perencanaan kebutuhan sumber daya manusia, rekrutment dan seleksi, sosialisasi dan penempatan, evaluasi kinerja, pelatihan dan pengembangan, kompensasi dan motivasi, pengembangan karir dan mengelola karyawan yang akan purna tugas (*Bagia, I Wayan. 2020)*

Etika dalam sumber daya manusia diperlukan dalam suatu perusahaan agar karyawan maupun perusahaan dapat berlaku etis. Karyawan yang berperilaku etis dan berkualitas merupakan aset yang sangat penting bagi perusahaan karena bisa memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang. Menjalankan fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia melalui pengelolaan sumber daya manusia yang baik, sehingga karyawan dan perusahaan sama-sama memperolah keuntungan merupakan peran etika bisnis dalam manajemen sumber daya manusia.

Pembuatan keputusan yang etis pada setiap level proses manajemen sumber daya manusia berkaitan dengan etika dalam fungsi manajemen. Contoh konkrit dalam pembuatan keputusan dalam manajemen sumber daya manusia yaitu perekrutan karyawan, hak karyawan dan hak perusahaan. Dalam perekrutan karyawan harus sesuai dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Dimana Undang-Undang ini menjelaskan beberapa poin penting seperti: perjanjian kerja, masa percobaan, jam kerja, lembur, upah minimum, peraturan perusahaan dan hak-hak karyawan. Hak-hak perusahaan juga tercantum dalam perundang-undangan seperti: perusahaan berhak atas hasil dari pekerjaan karyawan, perusahaan berhak untuk memerintah atau mengatur karyawan atau tenaga kerja dengan tujuan mencapai target, perusahaan berhak melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap pekerja/buruh/karyawan jika melanggar ketentuan yang telah disepakati sebelumnya. Pembuatan keputusan yang etis, serta keseimbangan antara hak dan kewajiban karyawan maupun perusahaan akan

memberikan dampak yang baik bagi keberlangsungan hidup perusahaan.

Daftar Pustaka

Bagia, I Wayan. 2020. *Buku Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia*

Dricklova, Eva Dan Vladislav Kaputa. 2006. *Doing Fair and Responsible Business: The Concept of Business Ethic in Slovakia. The System of Modern Poverty.*

Https://Disnakertrans.Ntbprov.Go.Id/Hak-Hak-Perusahaan-Dan-Karyawan-Dalam-Undang-Undang-Ketenagakerjaan/.

K Bertens, 2013 *Pengantar Etika Bisnis, Edisi Ketujuh Kanisius, Yogyakarta.*

Kasmir Dan Jakfar. 2014. *Pengantar Bisnis. PT Gramedia. Jakarta*.

Madura, Jeff. 2011. *Pengantar Manajemen Bisnis. Salemba 4. Jakatra*.

Implementasi Manajemen Kualitas Total untuk Meningkatkan Produktivitas Bisnis

Rosalia Heldy Nono, S.Kg., MM[17]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Karya,
Program Studi Manajemen

"Implementasi Manajemen Kualitas Total meningkatkan produktivitas bisnis melalui fokus pelanggan, keterlibatan semua anggota, dan perbaikan berkelanjutan dalam operasional"

Manajemen Kualitas Total (*Total Quality Management* atau TQM) merupakan pendekatan strategis yang berfokus pada peningkatan kualitas dalam seluruh aspek operasional suatu organisasi. TQM tidak hanya mencakup kualitas produk atau layanan, tetapi juga kualitas proses, sistem, dan budaya organisasi. Di era digital saat ini, implementasi TQM menjadi semakin penting untuk memastikan bahwa bisnis dapat bersaing secara efektif dan berkelanjutan. Artikel ini akan membahas implementasi TQM untuk meningkatkan produktivitas bisnis dengan mengacu pada beberapa penelitian terbaru.

[17] Penulis lahir di Ruteng, Flores - NTT, merupakan dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Karya, Program Studi Manajemen, tahun 2010 menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Jember, dan tahun 2012 menyelesaikan pendidikan S2 di Pascasarjana Universitas Esa Unggul Jakarta Ilmu Manajemen.

Prinsip-Prinsip Manajemen Kualitas Total

1. Fokus pada Pelanggan: Kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dari TQM. Penelitian menunjukkan bahwa memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan sangat penting untuk keberhasilan.
2. Keterlibatan Semua Orang: Seluruh anggota organisasi harus terlibat dalam upaya peningkatan kualitas, sehingga sangat penting partisipasi semua level karyawan dalam proses TQM.
3. Pendekatan Proses: TQM mendorong pemahaman mendalam tentang proses bisnis untuk mengidentifikasi dan memperbaiki area yang membutuhkan peningkatan.
4. Sistem Manajemen Terpadu: Semua proses harus saling berhubungan dan dikelola secara terpadu untuk mencapai kualitas yang konsisten dan tinggi.
5. Perbaikan Berkelanjutan: TQM adalah proses yang berkelanjutan. Organisasi harus terus-menerus mencari cara untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi.
6. Keputusan Berdasarkan Fakta: Pengambilan keputusan harus didasarkan pada data yang akurat dan analisis yang mendalam.
7. Hubungan yang Saling Menguntungkan dengan Pemasok: Kerjasama dengan pemasok sangat penting untuk memastikan bahwa bahan baku dan layanan memenuhi standar kualitas yang tinggi.

Langkah-Langkah Implementasi TQM

1. Komitmen dari Pimpinan: Implementasi TQM memerlukan komitmen penuh dari manajemen puncak. Pimpinan harus menunjukkan komitmen mereka melalui tindakan nyata.

2. Pembentukan Tim TQM: Tim yang terdiri dari anggota dari berbagai departemen harus dibentuk untuk merencanakan dan mengawasi implementasi TQM.
3. Pelatihan dan Pendidikan: Semua anggota organisasi harus diberikan pelatihan tentang prinsip-prinsip dan teknik-teknik TQM.
4. Penetapan Standar Kualitas: Standar kualitas harus ditetapkan dan dikomunikasikan kepada semua karyawan. Standar ini akan menjadi acuan dalam mengevaluasi kinerja.
5. Pengumpulan dan Analisis Data: Data tentang kinerja proses harus dikumpulkan secara teratur dan dianalisis untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.
6. Pelaksanaan Perbaikan: Berdasarkan analisis data, tindakan perbaikan harus direncanakan dan dilaksanakan.
7. Evaluasi dan Penyesuaian: Efektivitas tindakan perbaikan harus dievaluasi, dan penyesuaian harus dilakukan jika diperlukan.

Manfaat Implementasi TQM

1. Peningkatan Produktivitas: Dengan mengurangi cacat dan meningkatkan efisiensi proses, TQM dapat secara signifikan meningkatkan produktivitas.
2. Kepuasan Pelanggan yang Lebih Tinggi: Produk dan layanan yang berkualitas tinggi akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Pengurangan Biaya: Dengan mengurangi limbah dan cacat, biaya operasional dapat ditekan.

4. Keterlibatan Karyawan yang Lebih Besar: Karyawan yang terlibat dalam upaya peningkatan kualitas akan merasa lebih dihargai dan termotivasi.
5. Keunggulan Kompetitif: Organisasi yang menerapkan TQM akan memiliki keunggulan kompetitif di pasar.

Tantangan dalam Implementasi TQM

Meskipun banyak manfaatnya, implementasi TQM juga menghadapi berbagai tantangan, antara lain:

1. Resistensi terhadap Perubahan: Karyawan mungkin merasa nyaman dengan cara kerja yang lama dan enggan menerima perubahan.
2. Keterbatasan Sumber Daya: Implementasi TQM membutuhkan investasi waktu, tenaga, dan biaya yang tidak sedikit.
3. Komitmen Manajemen: Keberhasilan TQM sangat bergantung pada komitmen manajemen puncak untuk memimpin dan mendukung inisiatif ini.

Implementasi Manajemen Kualitas Total adalah strategi yang efektif untuk meningkatkan produktivitas bisnis. Dengan fokus pada kepuasan pelanggan, keterlibatan semua anggota organisasi, dan perbaikan berkelanjutan, TQM dapat membantu organisasi mencapai keunggulan operasional dan keberhasilan jangka panjang. Meskipun tantangan tetap ada, manfaat jangka panjang dari TQM membuatnya menjadi strategi yang layak untuk diterapkan di dunia bisnis yang kompetitif saat ini. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa TQM tetap relevan dan bermanfaat dalam konteks bisnis modern yang terus berkembang.

Daftar Pustaka

Flynn, B. B., & Saladin, B. (2006). Relevance of Baldrige constructs in an international context: A study of national culture. Journal of Operations Management, 24(5), 583-603.

Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2020). Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality. Pearson.

Oakland, J. S. (2014). Total Quality Management and Operational Excellence: Text with Cases. Routledge.

Sila, I., & Ebrahimpour, M. (2005). Critical linkages among TQM factors and business results. International Journal of Operations & Production Management, 25(11), 1123-1155.

Tari, J. J., & Sabater, V. (2021). Quality management and social economy: Proposal of a TQM model. Total Quality Management & Business Excellence, 32(11-12), 1276-1295.

Youssef, M. A., & Youssef, E. M. (2018). Total quality management and sustainability: A framework for success. Business Strategy and the Environment, 27(5), 607-619

Peranan Strategis Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan

Dr. Sri Yulia Sari, M.Pd.I[18]
Universitas Islam Negeri Sulthan Taha Saifuddin Jambi

"Peningkatan Muttu Pembelajaran sangat dipengaruhi Peranan Strategis Kepala Sekolah"

Peningkatan mutu pendidikan diarahkan untuk meningkatkan kualitas manusia Indonesia seutuhnya melalui olah hati, olah pikir, olah rasa, dan olah raga memiliki daya saing dalam menghadapi tantangan global. Peningkatan relevansi pendidikan dimaksudkan untuk menghasilkan lulusan yang sesuai dengan tuntutan kebutuhan berbasis potensi sumber daya alam Indonesia. Peningkatan evisiensi manajemen pendidikan dilakukan melalui penerapan manajemen berbasis sekolah dan pembaharuan pengelolaan pendidikan secara terencana, terarah, dan berkesinambungan.

[18]Penulis adalah dosen tetap Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Menyelesaikan pendidikan Strata I di Universitas Negeri Jambi pada Program Studi Pertanian, lulus tahun 2001. Melanjutkan jenjang pendidikan Strata II di UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, lulus tahun 2004. Kemudian melanjutkan jenjang pendidikan strata III di Universitas Pakuan pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, lulus tahun 2018.

Untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas, maka sekolah sebagai lembaga penyelenggara pendidikan formal merupakan lembaga kepercayaan masyarakat sebagai komponen penting dalam mempersiapkan dan mengantarkan generasi anak bangsa untuk mampu menghadapi kompetisi secara global yang kian hari semakin jelas dan terasa dampaknya terhadap aktifitas kehidupan masyarakat. Kepemimpinan berkaitan dengan masalah kepala sekolah dalam meningkatkan kesempatan untuk mengadakan pertemuan secara efektif dengan para guru dalam situasi yang kondusif.

Kepala sekolah harus memiliki strategi yang tepat untuk memberikan motivasi kepada para tenaga kependidikan dalam melakukan berbagai tugas dan fungsinya. Motivasi ini dapat ditumbuhkan melalui pengaturan lingkungan fisik, pengaturan suasana kerja, disiplin, dorongan, penghargaan, secara efektif, dan penyediaan berbagai sumber belajar melalui pengembangan pusat sumber belajar.

Kata "*Mutu"* berasal dari bahasa Inggris *"Quality*" yang berarti kualitas. Mutu berarti merupakan sebuah hal yang berhubungan dengan gairah dan harga diri. Sesuai keberadaannya, mutu dipandang sebagai nilai tertinggi dari suatu produk atau jasa. Mutu adalah derajat keunggulan suatu produk atau hasil kerja, baik berupa barang atau jasa. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, mutu adalah (ukuran) baik buruk suatu benda, kadar, taraf, derajat, atau kualitas (kepandaian, kecerdasan, dsb). maka mutu dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi bahkan melebihi harapan.

Kepala sekolah adalah seorang manager di sebuah sekolah, ia mempunyyai peranan pentting dalam pengembagan sekolah karena kepala sekolah mempunyai tugas pokok dan fungsi yang menentukan kemajuan sebuah sekolah. Menurut Mulyasa, ada beberapa fungsi kepala sekolah sebagai berikut:

1. Kepala Sekolah Sebagai Educator (Pendidik)

Kepala sekolah sebagai educator harus memiliki strategi yang tepat untuk meningkatkan profesionalisme tenaga kependidikan di sekolahnya, menciptakan iklim sekolah yang kondusif, memberikan nasehat kepada warga sekolah, memberikan dorongan kepada seluruh tenaga kependidikan, serta melaksanakan model pembelajaran yang menarik.

2. Kepala Sekolah Sebagai Manajer

Kepala sekolah harus memiliki strategi yang tepat untuk memberdayakan tenaga kependidikan melalui kerja sama atau kooperatif, memberi kesempatan kepada para tenaga kependidikan untuk meningkatkan profesinya, dan mendorong keterlibatan seluruh tenaga kependidikan dalam berbagai kegiatan yang menunjang program sekolah.

3. Kepala Sekolah Sebagai Administrator

Kepala sekolah harus memiliki hubungan yang sangat erat dengan berbagai aktivitas pengelolaan administrasi yang bersifat pencatatan, penyusunan, dan pendokumentasian seluruh program sekolah.

4. Kepala Sekolah Sebagai Supervisor

Kepala Sekolah mensupervisi pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga kependidikan.

5. Kepala Sekolah Sebagai Leader

Kepala sekolah harus mampu memberikan petunjuk dan pengawasan, meningkatkan kemauan tenaga kependidikan, membuka komunikasi dua arah, dan mendelegasikan tugas.

6. Kepala Sekolah Sebagai Inovator

Kepala sekolah harus memiliki strategi yang tepat untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan lingkungan mencari gagasan baru, mengintegrasikan setiap kegiatan memberikan teladan kepada seluruh tenaga

kependidikan di sekolah, dan mengembangkan model-model pembelajaran inovatif.

7. Kepala Sekolah Sebagai Motivator

Kepala sekolah harus memiliki strategi yang tepat untuk memberikan motivasi kepada para tenaga kependidikan dalam melakukan berbagai tugas dan fungsinya. Motivasi ini dapat ditumbuhkan melalui pengaturan lingkungan fisik, pengaturan suasana kerja, disiplin, dorongan, penghargaan, secara efektif, dan penyediaan berbagai sumber belajar melalui pengembangan pusat sumber belajar.

Kepala sekolah adalah orang yang mempunyai peranan penting dan bertanggung jawab untuk pencapaian tujuan sekolah khususnya berkaitan dengan mutu pendidikan dan juga kepuasan pelanggan yaitu guru secara internal dan orang tua siswa secara eksternal. Dalam rangka memperoleh mutu pendidikan dan kepuasan pelanggan, maka kepala sekolah harus memiliki sikap yang ramah dan terbuka kepada bawahannya.

Kepala sekolah dituntut mempunyai komitmen dalam pengembangan sekolah dan meningkatkan muttu pendidikan dari berbagai aspeknya. Menyadari hal tersebut maka tidak berlebihan pendapat yang menyatakan maju mundurnya sebuah sekolah sangatt dittentukan oleh kepemimpinan dari kepala sekolah. Hal ini didasari bahwa kepala sekolah mempunyai peranan strategis juga sebagai pengambil kebijakan di sebuah sekolah, termasuk kebijakan dalam pengembangan mutu pendidikan di sekolah yang dipimpinnya.

Urgensi Kepemimpinan pada Industri di Era Angkatan Kerja Generasi Z

Husni Awali, M.M[19]
Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

"Regenerasi dalam angkatan kerja selalu memiliki karakteristik yang berbeda yang membawa perubahan dalam budaya kerja dalam organisasi, hal ini perlu di dukung oleh kepemimpinan yang mampu mensinergikan lintas generasi dan mampu beradaptasi serta membawa perubahan positif"

Dinamika Industri telah menuntut kebutuhan sumber daya manusia yang semakin kompetitif, baik persoalan kepemimpinan maupun angkatan kerja di era industri saat ini. Sebagai bonus demografi Indonesia, kita ketahui kini Industri tengah dipenuhi angkatan kerja dari kalangan Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Berdasarkan hasil Sensus Penduduk 2020, Badan Pusat Statistik mencatat bahwa mayoritas penduduk Indonesia terdiri dari generasi Z (kelahiran

[19] Penulis merupakan Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Penulis menyelesaikan Studi Sarjananya di Universitas Nasional Jakarta dan Program Magisternya di Universitas Mercu Buana Jakarta, dalam Perjalanan karir kedosenannya penulis pernah mengampu Mata Kuliah Manajemen Sumber Daya Insani, Perilaku Organisasi, Pengantar Manajemen dan Bisnis, Teori Pengambilan Keputusan, *Public Relation* dan Perilaku Konsumen.

1997–2012) memiliki proporsi sebesar 27,94% dari total populasi (Kominfo, 2021). Generasi ini termasuk dalam kelompok usia produktif yang berpotensi untuk mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi dan juga berdampak pada melimpahnya angkatan kerja produktif. Hasil Riset Bencsik dan Machova (2016) bahwa perkembangan Generasi Z bersamaan dengan digitalisasi sehingga Generasi Z memiliki sifat cepat dalam mengakses informasi serta mereka juga tumbuh cerdas, terampil dalam penggunaan teknologi dan kreatif. Selain itu, faktor utama yang menjadi perbedaan dengan generasi lainnya adalah penguasaan dalam bidang informasi dan teknologi. Banyak fenomena menarik terkait keberadaan Generasi Z khususnya di Industri kerja. Keunikan karakteristik yang dimiliki Generasi Z tidak sedikit menyita perhatian besar mulai dari cara kerja, sampai bagaimana memilih lingkungan tempat berkarir, bahkan kini banyak posisi pada suatu perusahaan di dominasi oleh kalangan tersebut. Namun, sebagian kalangan menganggap bahwa generasi ini memilik cara kerja yang unik terlebih mereka lahir di era yang penuh kecanggihan teknologi dan globalisasi, sehingga membentuk bagaimana karakteristik didalam dunia kerja perlu *Treatment* dan perhatian khusus untuk bagaimana Generasi ini bisa dapat loyal pada tempat bekerja salahsatunya dalam hal Kepemimpinan. Generasi ini tumbuh dengan kemanjaan digital, kemudahan terhadap akses informasi serta fasilitas teknologi yang mumpuni. Maka itu urgensi kepemimpinan yang efektif saat ini untuk kelangan Generasi Z selain menjaga loyalitas, juga dapat mendorong dan memotivasi dalam hal etos kerja yang positif.

Generasi Z sebagai generasi yang saat ini mendominasi angkatan kerja membawa potensi dan memiliki peranan penting pada setiap lini dimasa sekarang dan masa depan. Untuk menghapus stigma negatif terhadap kalangan ini di dunia kerja tentu dapat kita generalisir dengan bagaimana membentuk gaya kepemimpinan di era Generasi Z. Dengan

meningkatkan kolaborasi kerja antara pimpinan dengan pegawai perlu ditingkatkan terlebih generasi ini membutuhkan lingkungan kerja yang nyaman dan dapat memberikan fleksibilitas yang tinggi, serta isu kesehatan mental dalam bekerja pada generasi ini sempat menjadi *trending* yang menyatakan bahwa generasi ini menjadi generasi yang mudah terserang kesehatan mental jika tidak sesuai dengan harapan, dengan mengedepankan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan yang dikenal dengan istilah *Work Life Balance* sehingga dapat dikatakan pemimpin dalam lingkungan kerja perlu mendukung keseimbangan kerja dan kehidupan dengan menjaga ekspektasi kerja terbatas pada jam kerja.

Generasi Z sebagai generasi yang *multitasking*, dengan kreatifitas dan inovasi yang tinggi menjadikan generasi ini dengan mudah didalam kepiawaian dalam hal teknologi. Salahsatunya sistem digitalisasi yang berkembang pesat pada industri saat ini pun telah menjadikan dominasi angkatan kerja Generasi Z pada setiap lini industri. Dengan lingkungan kerja yang memerlukan kepemimpinan yang positif dan suportif tentu sangat mudah untuk beradaptasi dengan karakter generasi ini, dengan memberikan kesempatan untuk pengembangan dan pembelajaran serta mengakui rekognisi dan sistem *reward* perlu dibentuk pada kalangan ini sebagai bagian memotivasi dalam pencapaian prestasi kerja, sehingga pemimpin dapat memberikan *Feedback* yang kontruktif pada lingkungan Generasi Z. Dengan ini Generasi Z akan lebih merasa dihargai dan diberikan kesempatan untuk berkembang. Karena tidak sedikit generasi ini menolak sistem otoriter yang tidak sesuai dengan karakteristik kerja mereka. Maka diperlukan Pemimpin yang selain suportif juga harus adaptabel dan transformatif, akan lebih memahami kondisi cara kerja generasi ini, sehingga tercipta lingkungan kerja yang nyaman dan kolaboratif lintas generasi, yang berdampak pada tingkat *Turn over* dan loyalitas dapat terjaga.

Melihat keunikan karakter generasi ini yang sangat kental dengan era digital juga perlu menjadi masukan dalam menerapkan gaya kepemimpinan kedepannya bagi suatu organisasi maupun perusahaan yang didalamnya didominasi oleh generasi tersebut, dengan mengadopsi habituasi dari Generasi Z meski menimbulkan perspektif yang berbeda dari generasi sebelumnya. Dengan mengedepankan kolaborasi melalui teknologi digital juga akan lebih mudah diterima pada kalangan ini, pemimpin yang adaptabel akan mampu menerapkan ini kedalam beberapa hal kaitannya dengan kebijakan maupun strategi dalam memimpin generasi Z, dengan memfasilitasi komunikasi antara atasan dengan bawahan yang dapat di integrasikan media teknologi kedalam jangkauan kontribusi ide-ide inovatif Generasi Z.

Pemimpin yang adaptabel dan transformatif dinilai dapat mengakomodir yang menjadi distingsi lintas generasi antara atasan dengan bawahan. Dengan menempatkan posisi pimpinan yang dapat menyesuaikan akan lebih mudah bekerjasama dan dapat lebih mudah membuka peluang partisipasi yang bersinergi. Berikut hasil riset PR Newswire bersama Monster Worldwide, Penelitian Notheastern University, (2014) menyebutkan beberapa hal yang menjadi prioritas tempat kerja bagi Generasi Z:

Gambar 1. *Tiga Prioritas Tempat Kerja*

Sumber: *PR Newswire bersama Monster Worldwide, Penelitian Notheastern University, (2014).*

Memilih lingkungan kerja bagi Generasi Z merupakan suatu hal yang menjadi perhatian memiliki skala prioritas tersendiri, menurut Penelitian Notheastern University (2014), ada tiga hal yang menjadi prioritas dalam tempat kerja, selain asuransi kesehatan, gaji yang kompetitif juga yang terdapat hal kepemimpinan, yaitu ”bos yang menghomati mereka” artinya generasi ini sangat mengedepankan unsur kepemimpinan di dalam memilih tempat bekerja. Keberadaan pimpinan yang mampu memperhatikan unsur *“reward dan funishment”* yang sehat menjadi salahsatu prioritas bagi generasi Z, selain diberikannya berbagai fasilitas serta besaran gaji yang kompetitif. Melihat berbagai fenomena yang terjadi di dunia kerja pada generasi ini memang memiliki keunikan tersendiri, selain inovatif juga membutuhkan bagaimana keberadaan pimpinan mampu memberikan apresiasi sebagai bentuk perhatian seorang pimpinan terhadap pegawainya juga mendorong kolaborasi serta memahami etos kerja lintas generasi sehingga mampu membangun hubungan kerja yang harmonis dalam perbedaan perspektif lintas generasi.

Daftar Pustaka

Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). *Y and Z Generations at Workplaces*. Journal of Competitiveness, 8(3).

Kominfo. (2021). Angakatan Kerja Melimpah. https://www.kominfo.go.id/content/detail/33004/angkatan-kerja-produktif-melimpah/0/artikel di akses pada tanggal 23 Maret 2024 Pukul 08:30 WIB

Tony. (2014). PR Newswire bersama Monster Worldwide, Penelitian Notheastern University,

BAGIAN III

Tantangan dan Strategi Manajemen

Human Capital Generasi Y dan Generasi Z

Dr. Dina Sarah Syahreza[20]
Universitas Negeri Medan

"Peran Teknologi dalam Meningkatkan Efektivitas Pengelolaan Human Capital untuk Generasi Y dan Generasi Z"

Dalam era modern ini, modal manusia atau human capital merupakan aset yang sangat berharga bagi organisasi. Modal manusia mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki oleh individu dalam organisasi, yang berkontribusi signifikan terhadap produktivitas dan pertumbuhan organisasi. Dua kelompok generasi yang dominan dalam dunia kerja saat ini adalah Generasi Y (Millennial) dan Generasi Z. Kedua generasi ini membawa karakteristik, nilai, dan dinamika yang unik, yang membutuhkan pendekatan manajemen yang berbeda dan adaptif. Seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan demografis tenaga kerja, muncul dinamika baru dalam pengelolaan human capital, terutama ketika kita membandingkan karakteristik dan kontribusi dari Generasi X dan Generasi Z dalam lingkungan kerja. Generasi Y (Millennial), lahir antara 1981-1996, dikenal sebagai generasi yang melek teknologi dan nyaman menggunakan teknologi

[20] Penulis, lahir di Medan pada 25 Oktober 1976, Dosen di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Negeri Medan. Meraih gelar S1 Program Studi Manajemen, S2 Master Ilmu Manajemen dan S3 Ilmu Manajemen Universitas Sumatera Utara.

dalam kehidupan sehari-hari. Mereka menghargai fleksibilitas kerja untuk keseimbangan hidup dan pekerjaan serta lebih suka bekerja secara kolaboratif dalam tim.. Sementara itu, Generasi Z, lahir setelah 1996, adalah digital native yang sangat mahir dalam teknologi. Mereka mandiri, inovatif, dan memiliki kesadaran sosial yang tinggi. Generasi Z lebih nyaman dengan komunikasi digital dan menghargai akses cepat ke informasi serta nilai-nilai sosial dan lingkungan yang sejalan dengan kepedulian mereka.

Teori Human Capital yang dikemukakan oleh Gary Becker pada tahun 1964 menyatakan bahwa investasi dalam pendidikan dan pelatihan karyawan dapat meningkatkan produktivitas dan profitabilitas organisasi, memandang karyawan sebagai aset yang dapat dikembangkan nilainya. Dalam konteks perbandingan Generasi X dan Generasi Z, teori ini relevan karena kedua generasi memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman yang berbeda, yang membentuk human capital mereka secara unik. Generasi X, yang lahir antara tahun 1965 hingga 1980, dikenal mandiri, pragmatis, dan adaptif terhadap teknologi. Mereka sering skeptis terhadap otoritas dan sangat menghargai keseimbangan antara kehidupan dan kerja. Sebaliknya, Generasi Z, yang lahir setelah 1996, adalah digital native yang sangat mahir dalam teknologi, mandiri, dan inovatif.

Teori Generasi oleh William Strauss dan Neil Howe menjelaskan bagaimana peristiwa historis dan kondisi sosial selama masa formatif membentuk nilai, sikap, dan perilaku generasi. Generasi X tumbuh dalam era transisi yang penuh tantangan ekonomi dan perubahan teknologi, yang membuat mereka pragmatis dan skeptis terhadap institusi tradisional. Di sisi lain, Generasi Z dibesarkan dalam dunia yang terhubung secara digital dan multikultural, sehingga mereka sangat menghargai keberagaman dan inklusivitas serta memiliki kesadaran sosial yang tinggi. Pemahaman mendalam tentang teori generasi ini membantu perusahaan untuk merancang

kebijakan dan praktik manajemen yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan masing-masing generasi, memastikan bahwa mereka merasa dihargai dan termotivasi di tempat kerja.

Frederick Herzberg's Two-Factor Theory membagi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja menjadi dua kategori: faktor higiene dan motivator. Faktor higiene mencakup elemen-elemen seperti gaji, kondisi kerja, dan kebijakan perusahaan, yang penting untuk mencegah ketidakpuasan tetapi tidak cukup untuk meningkatkan kepuasan secara signifikan. Di sisi lain, faktor motivator seperti pengakuan, tanggung jawab, dan peluang pertumbuhan berperan dalam meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja secara substansial. Teori ini sangat relevan dalam memahami perbedaan motivasi antara Generasi X dan Generasi Z. Misalnya, Generasi Z mungkin lebih termotivasi oleh peluang untuk pertumbuhan dan pengembangan diri, sementara Generasi X mungkin lebih fokus pada stabilitas dan keseimbangan kehidupan-kerja. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan kedua jenis faktor ini untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kebutuhan motivasional dari kedua generasi tersebut.

Albert Bandura's Social Learning Theory menekankan pentingnya observasi, modeling, dan imitasi dalam proses pembelajaran. Dalam konteks tempat kerja, teori ini menjelaskan bagaimana pengetahuan dan keterampilan dapat ditransfer antar generasi melalui proses mentoring dan kolaborasi. Misalnya, karyawan Generasi X yang memiliki pengalaman lebih dapat membimbing karyawan Generasi Z dalam memahami dinamika organisasi dan mengembangkan keterampilan praktis. Sementara itu, Generasi Z yang lebih mahir dalam teknologi digital dapat membantu Generasi X untuk beradaptasi dengan alat dan platform baru. Teori Manajemen Pengetahuan oleh Nonaka dan Takeuchi juga relevan dalam konteks ini, menjelaskan bagaimana pengetahuan diciptakan, dibagikan, dan digunakan dalam organisasi melalui

model SECI (Socialization, Externalization, Combination, Internalization). Pengaruh Generasi Y dan Generasi Z terhadap perusahaan sangat signifikan dan meluas ke berbagai aspek operasional dan strategis. Kedua generasi ini mendorong perusahaan untuk lebih mengadopsi teknologi canggih dalam proses bisnis mereka, termasuk penggunaan perangkat lunak kolaborasi, alat manajemen proyek, dan komunikasi digital. Generasi Y, dengan karakteristik melek teknologi dan kenyamanan dalam menggunakan perangkat digital, serta Generasi Z, sebagai digital native yang tumbuh dalam era internet, menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dalam hal teknologi. Perusahaan yang tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi ini akan tertinggal, sementara yang mampu beradaptasi akan melihat peningkatan dalam efisiensi operasional dan produktivitas.

Preferensi terhadap fleksibilitas kerja oleh Generasi Y dan Generasi Z telah mengubah kebijakan perusahaan terkait jam kerja dan lokasi kerja. Generasi Y mengutamakan keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi, sementara Generasi Z menginginkan kebebasan dalam memilih tempat dan waktu kerja yang sesuai dengan kenyamanan mereka. Hal ini memaksa perusahaan untuk mengadopsi kebijakan kerja yang lebih fleksibel, seperti work from home, fleksibilitas jam kerja, dan bahkan pekerjaan berbasis proyek yang tidak mengharuskan kehadiran fisik di kantor. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan dan retensi karyawan tetapi juga memperluas jangkauan perusahaan dalam menarik talenta dari berbagai lokasi geografis, tanpa dibatasi oleh lokasi kantor pusat perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat menarik talenta terbaik dari seluruh dunia, yang sebelumnya mungkin tidak terjangkau.

Kedua generasi ini juga sangat menghargai keberagaman dan inklusivitas, sehingga perusahaan perlu menciptakan lingkungan kerja yang ramah dan inklusif. Generasi Y dan Generasi Z cenderung lebih terbuka dan menghargai

perbedaan, baik dalam hal gender, ras, agama, maupun latar belakang budaya. Mereka mencari perusahaan yang memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan mereka, termasuk komitmen terhadap keberagaman dan inklusi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan kebijakan dan praktik yang mendukung keberagaman dan inklusivitas di tempat kerja. Hal ini dapat mencakup program pelatihan keberagaman, kebijakan anti-diskriminasi, serta upaya untuk menciptakan budaya kerja yang inklusif di mana setiap karyawan merasa dihargai dan diterima.

Ekspektasi terhadap pengembangan karir dan pembelajaran berkelanjutan dari Generasi Y dan Generasi Z memaksa perusahaan untuk lebih fokus pada pelatihan dan pengembangan karyawan. Generasi Y, yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi dan selalu mencari kesempatan untuk belajar dan berkembang, serta Generasi Z, yang menghargai pengembangan diri dan memiliki kesadaran sosial yang tinggi, mengharapkan perusahaan untuk menyediakan program pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, pengaruh Generasi Y dan Generasi Z memaksa perusahaan untuk lebih adaptif, inovatif, dan inklusif. Dengan mengadopsi teknologi canggih, kebijakan kerja fleksibel, budaya kerja inklusif, program pengembangan karir, dan komunikasi yang efektif, perusahaan dapat menarik dan mempertahankan talenta terbaik, meningkatkan produktivitas, dan tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Perusahaan yang mampu memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan dari kedua generasi ini akan lebih mampu menghadapi tantangan bisnis masa depan dan mencapai keberhasilan jangka panjang. Dengan memanfaatkan potensi penuh dari Generasi Y dan Generasi Z, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif, inovatif, dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Becker, G. S. (1964). Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. University of Chicago Press.

Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Y and Z Generations at Workplaces.

Journal of Competitiveness, 8(3), 90-106.

Bandura, A. (1977). Social Learning Theory. Prentice Hall.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education (pp. 241-258). Greenwood.

Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. American Journal of Sociology, 94, S95-S120.

Cennamo, L., & Gardner, D. (2008). Generational differences in work values, outcomes and person-organisation values fit. Journal of Managerial Psychology, 23(8), 891-906.

Fisk, P. (2010). Working with Generation X: Key Principles for Managers. Human Resource Management International Digest, 18(3), 16-18.

Gursoy, D., Chi, C. G. Q., & Karadag, E. (2013). Generational differences in work values and attitudes among frontline and service contact employees. International Journal of Hospitality Management, 32, 40-48.

Herzberg, F. (1966). Work and the Nature of Man. World Publishing.

Holland, J. L. (1997). Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments (3rd ed.). Psychological Assessment Resources.

Kapil, Y., & Roy, A. (2014). Critical Evaluation of Generation Z at Workplaces. International Journal of Social Relevance & Concern, 2(1), 10-14.

Kotter, J. P. (1996). Leading Change. Harvard Business School Press.

Manajemen Pendidikan Islam Berkelanjutan

Dr. Umi Salamah, M.Pd.I[21]
STAI Ma'had Aly Al-Hikam Malang

"Manajemen Pendidikan Islam, proses pembelajaran, dan perangkat pembelajaran adalah alat bukan tujuan. Tujuannya adalah output menjadi manusia tumbuh dan berkembang kepribadian kecerdasannya"

Manajemen adalah sebuah seni untuk mengatur sesuatu baik orang ataupun pekerjaan (zakky, 2018), suatu proses penataan dengan melibatkan sumber-sumber potensial baik yang bersifat manusia maupun yang bersifat non manusia dalam rangka mencari tujuan yang efektif dan efisien (Romdloni, 2018) suatu proses menumbuhkembangkan eksistensi peserta didik yang memasyarakat, membudidaya, dalam tata kehidupan yang berdimensi lokal, nasional, dan global (Kristiawan et al., 2017). Manajemen pendidikan adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan untuk mencapai tujuan pendidikan (Hartanto, 2016).

Manajemen Pendidikan Islam merupakan seni dan ilmu mengelola sumber daya pendidikan Islam untuk mencapai tujuan pendidikan Islam secara efektif dan efisien (FATHONI, 2015), proses pemanfaatan semua sumber daya melalui bantuan orang lain dan bekerjasama dengannya, agar tujuan bersama

[21] Lahir di Malang, 13 Juli 1987. Merupakan dosen dan kaprodi S2 PAI STAI Ma'had Aly Al-Hikam Malang, lulusan S3 PAI BSI UIN Maliki Malang, S2 PGMI UIN Maliki Malang, S1 dan D2 PGSD Universitas Negeri Malang.

bisa dicapai secara efektif, efesien, dan produktif (SYABAN, 2019).

Dalam menghadapi perkembangan teknologi dan globalisasi, maka dunia pendidikan juga harus mampu beradaptasi agar pendidikan Islam dapat terus dipertimbangkan dan berkelanjutan. Dibutuhkan manajemen pendidikan yang inovatif, adaptif dan berdaya saing. Manajemen pendidikan Islam berkelanjutan dapat dilihat dari dua hal yaitu, unggul dalam pembelajaran dan unggul dalam pertumbuhan dan prestasi.

Manajemen pendidikan Islam yang inovatif memiliki beberapa konsep antara lain: guru yang kompeten dan berkualitas, pemanfaatan teknologi, integrasi kurikulum, inovasi dalam pendekatan, strategi, model dan metode pembelajaran (pembelajaran berkualitas).

Manajemen pendidikan Islam berkelanjutan memiliki beberapa prinsip yaitu: 1). Kepemimpinan yang sistemik, 2). Focus pada peserta didik, inovasi pembelajaran, 3). Pelibatan pendidikan dan tenaga kependidikan yang kompeten, 4). Stakeholder, 5). Branding.

1. Kepemimpinan yang sistemik

   Kepemimpinan yang sistemik, sistematik, dan berkelanjutan yaitu integritas (pengembangan dan pemberdayaan pendidik dan tenaga kependidikan, pengembangan dan pemberdayaan sarana prasarana, pemberdayaan keuangan lembaga, pelibatan orang tua dan masyarakat dalam meningkatkan kualitas lingkungan belajar), pengembangan budaya pembelajaran intrakurikuler, dan kokurikuler, pengembangan budaya ekstrakurikuler, pengembangan budaya non kurikuler untuk penumbuhan karakter, perumusan dan pencapaian visi, misi, tujuan, dan program unggulan sekolah

2. Focus pada peserta didik, inovasi pembelajaran, pelibatan pendidikan dan tenaga kependidikan yang kompeten.
    a. Fokus pada peserta didik, memperhatikan bakat minat, kecerdasan (spiritual, social, intelektual, kinestetik-estetik), belajar dan pertumbuhan peserta didik, prestasi akademik dan non akademik.
    b. Perbaikan pada pembelajaran (inovatif), kepala sekolah sebagai pemimpin pembelajaran (memiliki visi yang kuat, menciptakan budaya pembelajaran untuk mencapai visi, dan menciptakan budaya pembelajaran dalam mewujudkan budaya pembelajaran yang efektif), kepala sekolah sebagai pemimpin perubahan (refleksi, invensi, aktualisasi), kepala sekolah sebagai pemimpin berbasis moral (moral spiritual, moral kebangsaan, dan moral kemanusiaan)
3. Pelibatan pendidikan dan tenaga kependidikan yang kompeten, dengan Sumber daya yang mumpuni maka pembelajaran akan berkualitas dan tujuan lembaga bisa tercapai
4. *Stakeholder*

Dalam lembaga ada beberapa peran penting yaitu kepala lembaga, pendidik literasi digital, tenaga kependidikan, yayasan penyelenggara (jika ada), pengawas, pengembang/konsultan, pimpinan dan staf dinas kependidikan setempat (kemendikbud/kemenag)

5. *Branding*, bagian yang sangat penting dan tidak bias dikesampingkan. Dengan kualitas pembelajaran yang baik sehingga berdampak pada kualitas dan prestasi peserta didik, pelayanan dan pemanfaatan teknologi dengan maksimal maka akan mampu menambah kepercayaan masyarakat, dan meningkatkan peminatan masyarakat.

Daftar Pustaka

Fathoni, A. (2015). Konsep Manajemen Pendidikan Islam Perspektif Al-Qur'an. *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam*. Https://Doi.Org/10.24042/Alidarah.V5i2.785

Hartanto, S. B. (2016). Kepemimpinan Dalam Manajemen Pendidikan. *Intelegensia: Jurnal Pendidikan Islam*.

Kristiawan, M., Safitri, D., & Rena Lestari. (2017). Manajemen Pendidikan. *Deepublish*.

Romdloni,-. (2018). Manajemen Personalia Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Kualitas Personalia Di Madrasah. *Journal Evaluasi*. Https://Doi.Org/10.32478/Evaluasi.V1i1.65

Syaban, M. (2019). Konsep Dasar Manajemen Pendidikan Islam. *Al-Wardah*. Https://Doi.Org/10.46339/Al-Wardah.V12i2.141

Zakky. (2018). Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli Secara Umum. In *Zona Referensi*.

Tantangan Pengelolaan SMK Teknik Otomotif di Era Mobil Listrik

Erwin Komara Mindarta, S.Pd., M.Pd[22]
Universitas Negeri Malang

"Tantangan pengelolaan SMK Teknik Otomotif di era mobil listrik ditinjau dari aspek manajemen kurikulum sekolah kejuruan teknik otomotif"

Di era mobil listrik saat ini, pengelolaan SMK teknik otomotif menghadapi beberapa tantangan. Transisi dari kendaraan bermesin pembakaran internal ke mobil listrik memerlukan perombakan program pelatihan agar selaras dengan perkembangan teknologi (Kim, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa teknologi kendaraan listrik sedang dievaluasi untuk meningkatkan program pelatihan dan infrastruktur pendidikan sebagai respons terhadap perubahan ini ("undefined", 2023). Calon guru kejuruan dalam program teknik otomotif berfokus pada penguatan keterampilan kerja melalui strategi pembelajaran berdasarkan pendekatan ilmiah (Hadromi et al., 2021). Selain itu, penelitian telah mengeksplorasi dampak faktor-faktor seperti kecemasan ujian, kesiapan belajar, dan manajemen waktu terhadap kinerja siswa

[22] Penulis lahir di Jember, 25 November 1990, merupakan Dosen di Program Studi Pendidikan Teknik Otomotif (PTO), Fakultas Teknik (FT) Universitas Negeri Malang, menyelesaikan studi S1 di PTO FT UM tahun 2013, menyelesaikan S2 di Pascasarjana Prodi Pendidikan Kejuruan UM tahun 2015.

dalam mata pelajaran teknik otomotif (Handayuni et al., 2020; Minarto, 2018).

Untuk mengatasi tantangan tersebut, sangat penting untuk memastikan bahwa SMK menawarkan program pelatihan berbasis kompetensi yang memenuhi kebutuhan industri otomotif. Studi telah menunjukkan bahwa menyelaraskan skema sertifikasi kompetensi dengan persyaratan industri sangat penting bagi sekolah menengah kejuruan (Frovihandika & Arifin, 2020). Lebih jauh, persepsi guru terhadap kompetensi yang relevan memainkan peran penting dalam membentuk kurikulum dan mempersiapkan siswa untuk industri. Menerapkan program pelatihan berbasis kompetensi dan berorientasi target dalam kerja sama dengan industri otomotif dapat meningkatkan kinerja karyawan secara signifikan. Inovasi dalam pendidikan kejuruan, seperti penerapan teknologi multimedia dan analisis data, dapat meningkatkan hasil pembelajaran dan kepuasan siswa (Wu, 2024; Ji, 2024). Pendidikan kejuruan memainkan peran penting dalam menumbuhkan bakat yang beragam, keterampilan teknis, dan mempromosikan lapangan kerja di sektor otomotif. Merangkul teknologi pendidikan cerdas dan integrasi industri-pendidikan dapat lebih meningkatkan proses pembelajaran di lembaga kejuruan. Selain itu, memanfaatkan metode pengajaran kooperatif sekolah-perusahaan dan simulasi berbasis kasus dapat memberikan paparan praktis dan meningkatkan keterampilan pemecahan masalah siswa dalam teknologi kelistrikan.

Seiring dengan kemajuan teknologi, pendidikan kejuruan harus beradaptasi untuk menggabungkan keterampilan baru yang dibutuhkan oleh industri otomotif. Tantangan terkait integrasi teknologi dalam pendidikan kejuruan perlu ditangani untuk memastikan pencapaian siswa dan mempersiapkan mereka untuk pasar kerja yang terus berkembang (Eyadat, 2023). Dengan mengoptimalkan pendidikan kejuruan untuk pengembangan karakter siswa, menumbuhkan pemikiran kritis,

dan meningkatkan kompetensi teknologi, sekolah kejuruan dapat lebih mempersiapkan siswa untuk era mobil listrik (Pradana & Sundawa, 2022).

Untuk mengelola kurikulum sekolah kejuruan teknik otomotif secara efektif di era mobil listrik, beberapa pertimbangan dan strategi utama dapat diambil dari referensi yang relevan sebagai berikut: 1) Integrasi Pendidikan Sistem Penggerak Listrik: Dengan semakin menonjolnya kendaraan listrik, ada kebutuhan untuk memasukkan pendidikan tentang sistem penggerak listrik ke dalam kurikulum sekolah kejuruan teknik otomotif Liao & Fu (n.d.). Hal ini memastikan bahwa siswa diperlengkapi dengan baik untuk memahami dan bekerja dengan teknologi baru di industri otomotif. 2) Pembelajaran Berbasis Kerja dan Magang: Menerapkan model magang industri berdasarkan pembelajaran berbasis kerja dapat meningkatkan keterampilan kejuruan calon guru di bidang teknik otomotif (Suyitno et al., 2022). Pendekatan ini memungkinkan siswa untuk memperoleh pengalaman praktis dan keterampilan yang relevan dengan industri, mempersiapkan mereka untuk tuntutan era mobil listrik. 3) Pengembangan Kurikulum: Kurikulum harus diperbarui untuk mencerminkan kemajuan teknologi otomotif, khususnya kendaraan listrik. Tinjauan tentang peran teknik mesin dalam inovasi kendaraan listrik dapat memberikan wawasan tentang pengembangan kurikulum (Etukudoh, 2024). 4) Model Pelatihan Berbasis Kemitraan: Peningkatan kompetensi guru kejuruan otomotif melalui model pelatihan berbasis kemitraan dapat memastikan bahwa para pendidik mengikuti perkembangan tren dan teknologi industri terkini (Sudarsono et al., 2021). Hal ini pada gilirannya akan meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan kepada siswa.

Selanjutnya, 5) Mengintegrasikan Teknologi Cerdas: Memanfaatkan teknologi pendidikan cerdas dalam kurikulum dapat meningkatkan pengalaman belajar bagi siswa. Hal ini mencakup penerapan teknologi multimedia dan analisis data

untuk meningkatkan hasil belajar dan kepuasan siswa (Wu, 2024; Ji, 2024). 6) Integrasi Industri-Pendidikan: Menjalin kemitraan dengan industri otomotif dapat memberikan mahasiswa paparan praktis dan pengalaman di dunia nyata. Menciptakan platform integrasi produksi dan pendidikan dapat memfasilitasi kolaborasi antara lembaga pendidikan dan mitra industri. 7) Fokus pada Elektrifikasi dan Perangkat Lunak: Mengingat adanya peralihan ke kendaraan listrik, pengembangan kurikulum harus fokus pada bidang-bidang seperti perangkat lunak otomotif pada kendaraan listrik yang terhubung dan otonom (Vdović et al., 2019). Memahami aspek perangkat lunak kendaraan listrik sangat penting bagi para insinyur otomotif masa depan. 8) Mengatasi Tantangan Teknologi: Dengan meningkatnya kompleksitas sistem otomotif, memastikan bahwa siswa diperlengkapi untuk menangani jaringan kritis keselamatan dan teknologi yang muncul sangatlah penting (Sedlmair et al., 2011). Ini melibatkan persiapan siswa untuk mengatasi tantangan dalam debugging, visi komputer, dan penambangan data.

Dengan menggabungkan strategi dan pertimbangan ini ke dalam manajemen kurikulum sekolah kejuruan teknik otomotif, institusi dapat lebih mempersiapkan siswa untuk era mobil listrik dan membekali mereka dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk berhasil dalam industri otomotif yang terus berkembang.

Daftar Pustaka

(2023). Untitled. Recent - Rezultatele Cercetărilor Noastre Tehnice, 24(1).

Duan, M., Zhong, Y., Zhang, Y., Lee, Y., & Hou, Q. (2022). School-enterprise cooperative teaching mode based on wechat public platform., 581-588.

Etukudoh, E. (2024). Mechanical engineering in automotive innovation: a review of electric vehicles and future trends. International Journal of Science and Research Archive, 11(1), 579-589.

Eyadat, H. (2023). The challenges of using technology in vocational education and their impact on students' achievement from the teachers' point of view in ramtha district schools in jordan. Journal of Curriculum and Teaching, 12(3), 25.

Frovihandika, D. and Arifin, Z. (2020). A suitability of competency certification scheme for automotive vocational high school with lsp p1 against business and industrial world needs in semarang city..

Hadromi, H., Sudarman, S., Yudiono, H., Budiman, F., Majid, M., & Permana, K. (2021). The learning strategy based on scientific approach to strengthen the employability skill of teacher candidates. International Journal of Instruction, 14(2), 551-570.

Handayuni, T., Ifdil, I., & Putri, Y. (2020). The exam anxiety among vocational school students in professional placement based on gender differences. Konselor, 9(1), 36.

Ji, B. (2024). Practices and innovations in analyzing digital enabling high-quality development of vocational education based on time-series data analytics. Applied Mathematics and Nonlinear Sciences, 9(1).

Kim, J. (2024). Development of shift map for electric commercial vehicle and comparison verification of pneumatic 4-speed amt and 4-speed transmission with synchronizer in simulation. Energies, 17(5), 1038.

Liao, Y. and Fu, D. Educational tool development of an electric drivetrain bench unit..

Minarto, W. (2018). Hubungan kesiapan belajar, manajemen waktu, kecemasan dalam mengerjakan tes, dan hasil belajar mata pelajaran teknik listrik dasar otomotif siswa smk. Teknologi Dan Kejuruan Jurnal Teknologi Kejuruan Dan Pengajarannya, 41(1), 37-44.

Pradana, Y. and Sundawa, D. (2022). Optimizing vocational civic education for the development of student character. Journal of Social Science (Joss), 1(4), 153-160.

Sedlmair, M., Isenberg, P., Baur, D., Mauerer, M., Pigorsch, C., & Butz, A. (2011). Cardiogram..

Sudarsono, B., Santosa, B., & Sofyan, H. (2021). Improving the competency of automotive vocational teachers with partnership-based training model (pbk). JTP - Jurnal Teknologi Pendidikan, 22(3), 200-208.

Suyitno, S., Kamin, Y., Jatmoko, D., Nurtanto, M., & Sunjayanto, E. (2022). Industrial apprenticeship model based on work-based learning for pre-service teachers in automotive engineering. Frontiers in Education, 7.

Vdović, H., Babić, J., & Podobnik, V. (2019). Automotive software in connected and autonomous electric vehicles: a review. Ieee Access, 7, 166365-166379.

Wu, S. (2024). Application of multimedia technology to innovative vocational education on learning satisfaction in china. Plos One, 19(2), e0298861.

Dinamika Kepemimpinan Sekolah dalam Ruang Pendidikan Swasta di Jakarta

Nana Kristiawan, S.Pd., M.Si[23]
Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia

"*Setiap manusia dilahirkan ke bumi adalah pemimpin*"

Keberadaan satuan pendidikan dalam menjalankan kegiatan belajar mengajar di sekolah tidak lepas dari peran pimpinan. Peran Pimpinan perlu dibarengi dengan kemampuan dalam memimpin. Hal ini berarti seorang pemimpin memerlukan kompetensi yang cukup untuk mengelola, mengatur dan mengendalikan mutu layanan pendidikan di sekolah. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan pimpinan sangat diperlukan untuk memenuhi tugas dan tanggungjawab tersebut.

Pelatihan kepala sekolah juga sebagai bekal Kepala Sekolah dalam menghadapi dinamika tugas dan peran kepala sekolah. Kepala sekolah diberikan pendalaman materi peningkatan kompetensi sekolah, khususnya Kepala sekolah sebagai pemimpin pembelajaran di sekolah. Setidaknya ada 4 kompetensi kepala sekolah yang dibutuhkan antara lain; a)

[23] Penulis lahir di Jepara, 30 Juni 1991 merupakan Dosen di Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia. Penulis menyelesaikan studi S1 di Pendidikan Sosiologi, FIS, UNJ tahun 2013, menyelesaikan S2 di Pascasarjana Prodi Sosiologi Pedesaan, IPB tahun 2017.

memimpin upaya pengembangan lingkungan belajar yang berpusat pada murid, b) memimpin perencanaan dan pelaksanaan proses belajar yang berpusat pada murid, c) memimpin refleksi dan perbaikan kualitas proses belajar yang berpusat pada murid, dan d) melibatkan orang tua atau wali murid sebagai pendamping dan sumber belajar di sekolah (1). Keempat kompetensi tersebut dibutuhkan untuk menghadapi kepemimpinan di era revolusi industry 4.0 (Rahayuningsih, *et.al.,*2022).

Kepemimpinan kepala sekolah pada era revolusi industri 4.0 dituntut untuk bisa mengikuti perkembangan teknologi dalam menjalankan kepemimpinanya karena ini sangat mempengaruhi kualitas atau mutu sekolah dalam menghadapi perkembangan zaman (Sumarni, 2022). Dalam meningkatkan kualitas pendidikan di era revolusi industri 4.0, salah satu unsur yang sangat penting untuk merealisasikannya yaitu terdapat peran penting kepemimpinan kepala sekolah dalam lembaga pendidikan yang mana kepala sekolah mampu menjalankan kepemimpinan yang efektif dan efesien. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka kepala sekolah perlu memiliki 4 kompetensi. *Pertama,* kompetensi administrasi pendidikan. *Kedua,* kompetensi kepribadian. *Ketigas,* kompetensi kewirausahaan. *Keempat,* kompetensi supervisi dan sosial (Hidayat, *et.al.,*2019). Keempat kompetensi tersebut menjadi prasyarat seorang pemimpin di sekoleh agar mampu merealisasikan visi, misi dan tujuan pendidikan di sekolah.

Permasalahan

Berbicara mengenai permasalahan yang dibahas dalam tulisan ini memfokuskan pada permasalahan dari pimpinan di suatu satuan pendidikan.

Tabel 1. *Permasalahan Pimpinan di SMA Al-Chasanah*

No	Permasalahan	Deskripsi Permasalahan Pimpinan
1	Tidak tersedia tenaga pendidik yang menjadi calon Kepala Sekolah	Keterbatasan calon kepala sekolah menandakan adanya dua kekhawatiran. *Pertama,* ketidakstabilan kegiatan belajar mengajar. *Kedua,* tidak ada proses regenerasi.
2	Mutu dan kompetensi Kepala Sekolah masih minim dan tidak masuk kualifikasi	Selanjutnya yaitu, mutu dan kompetensi kepala sekolah yang minim. Permasalahan tersebut perlu mendapatkan perhatian dari pihak yayasan.

Sumber: *Hasil Analisis Penulis (2024)*

Beberapa permasalahan dinamika pimpinan di salah satu sekolah swasta yang ditemui oleh penulis terdapat di SMA Al-Chasanah. Sekolah tersebut sebagai salah satu contoh yang mewakili kondisi pimpinan di beberapa sekolah swasta di Jakarta Barat. Adapun permasalahan dari pimpinan di SMA Al-Chasanah dapat dilihat pada tabel 1.

Adapun solusi yang ditawarkan oleh penulis kepada calon pimpinan atau pimpinan yang menjabat sekarang antara lain; *Pertama,* masalah ketersediaan tenaga pendidik yang menjadi kepala sekolah.. *Kedua,* mutu dan kompetensi kepala sekolah yang masih minim.(Rizki, *et.al,* 2021).

Metode dan Hasil Kegiatan

Metode yang digunakan dalam dalam kegiatan pelatihan peningkatan kompetensi kepala sekolah dapat dilihat pada tabel 2. Tabel 2 menunjukkan realisasi pelatihan dan aktivitas serta output yang diperoleh dari kegiatan pelatihan. Selain itu, skenario kegiatan pelatihan menjadi pedoman seorang

pemimpin dalam menjalankan tugas dalam satu tahun pelajaran di satuan pendidikan terlihat dari tabel tersebut. Hal ini sesuai dengan metode PAR, bahwa proses pelatihan itu meliputi; tahap persiapan, pelatihan atau pelaksanaan, lalu evaluasi dan terakhir refleksi (Afandi, 2020).

Tabel 2. *Agenda dan Hasil Pelatihan Calon Kepala Sekolah SMA Al-Chasanah*

No	Hari/Tanggal	Materi Pelatihan	Aktivitas Peserta Pelatihan	Hasil Pelatihan
1.	6 Juli 2024	-Big Data dari Rapor Pendidikan -Identifikasi Rapor Pendidikan	-Setiap kelompok menyusun Matriks IRB dari Rapor Pendidikan.	-Peserta memperoleh pengalaman menyusun program kerja sekolah (RKAS) berdasarkan IRB Rapor Pendidikan
2.	Sabtu, 13 Juli 2024	Bedah Kurikulum 2013 dan Kurikulum Merdeka dengan mengacu pada 8 Standar Nasional Pendidikan	-Setiap kelompok analisis kurikulum 2013 dengan Permendikbud Nomor 36 dan 37 Tahun 2018 dan Analisis Kurikulum Merdeka pada BSKAP No.33 Tahun 2022.	-Peserta mampu menyusun analisis Standar SKL dan Kurikulum 2013 dan kurikulum merdeka
3.	Sabtu, 20 Juli 2024	-Asesmen Kepala Sekolah -Evaluasi Pelatihan dan	Setiap peserta melakukan asesmen kepala sekolah yang	-Peserta dapat memperoleh hasil assmen

No	Hari/Tanggal	Materi Pelatihan	Aktivitas Peserta Pelatihan	Hasil Pelatihan
		Personal Branding Kepala Sekolah	terdiri dari beberapa materi yang diujikan yaitu antara lain;	pelatihan kepala sekolah dan ukuran kinerja kepala sekolah dan personal branding.

Kesimpulan

Dinamika kepemimpinan dalam satuan pendidikan sudah menjadi hal yang wajar dalam satuan pendidikan. Ketidakstabilan dan krisis pemimpin menjadi *starting point* dalam menghadapi permasalahan yang luas dalam kepemimpinan di sekolah. Beberapa upaya yang penulis sumbangkan ide dan gagasannya diantaranya adalah; (1) Yayasan Pendidikan Al-Chasanah memiliki ketersediaan calon kepala sekolah untuk pemenuhan pimpinan sekolah; (2) Terdapat peningkatan kompetensi kepala sekolah melalui pelatihan berbasis data satuan pendidikan; (3) Pelatihan kompetensi kepala sekolah sebagai wujud pengembangan diri dalam memimpin di sekolah satuan pendidikan. Dengan demikian, harapan dan tujuan dari pelatihan kepala sekolah dapat menyediakan calon pimpinan sekolah sekaligus menjadi tantangan dalam menghadapi dinamika kepemimpinan di sekolah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil kajian tulisan tersebut, maka saran yang diajukan adalah sebagai berikut: *Pertama,* regenerasi pemimpin sekolah dapat diupayakan melalui pelatihan kepala sekolah atau calon kepala sekolah. *Kedua,*

kebijakan afirmatif diberikan kepada setiap guru di sekolah yang telah mengabdi di sekolah lebih dari 4 tahun dapat menjadi calon peserta pelatihan kepala sekolah. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan apresiasi kesejahteraan melalui pelatihan bagi guru lain untuk meningkatkan loyalitas kerja dan keberhasilan dalam mencapai tujuan pendidikan.

Daftar Pustaka

Afandi, A. Participatory Action Research (PAR): Metodologi Alternatif Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Transformatif.2020. In https://lp2m.uin-malang.ac.id/wp- content/uploads/2020/02/Materi-PAR-P.-Agus.pdf.

Hidayat, R., Ulya, H., Pakuan, D. U., Arsip, S., & Republik, N. (2019). Kompetensi kepala sekolah abad 21: Sebuah tinjauan teoretis. Jurnal Kepemimpinan dan Pengurusan Sekolah, 4(1), 61-68.

Rahayuningsih, S., & Rijanto, A. (2022). Upaya Peningkatan Kompetensi Kepala Sekolah sebagai Pemimpin Pembelajaran pada Program Sekolah Penggerak di Nganjuk. JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS, 2(02), 120-126.

Riski, H., Rusdinal, R., & Gistituti, N. (2021). Kepemimpinan kepala sekolah di sekolah menengah pertama. Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan, 3(6), 3531-3537.

Sumarni, B. (2022). Peningkatan Kinerja Kepala Sekolah Menyusun Rencana Kerja Tahunan Berdasarkan Rapor Satuan Pendidikan. Manajerial: Jurnal Inovasi Manajemen dan Supervisi Pendidikan, 2(4), 464-470.

Referensi Lain:

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. 2020. Modul Ajar Pelatihan Perencanaan Berbasis Data Satuan Pendidikan. Disampaikan melalui Pelatihan Perencanaan Berbasis Data Satuan Pendidikan pada tanggal 5 Oktober 2022.

Kekeliruan Berfikir Menurut Ilmu Logika dalam Konteks Manajemen Pendidikan

Linardo Pratama, M.Pd[24]
Universitas Jambi

"Kekeliruan berpikir dalam logika sering terjadi dalam pengambilan keputusan manajemen pendidikan, mempengaruhi hasil"

Logika adalah ilmu yang mempelajari atau membahas prinsip-prinsip penalaran argumentatif yang valid. Para ahli sepakat bahwa logika mengkaji dasar penilaian suatu argumen, menentukan argumen mana yang valid dan membedakan argumen yang baik dan buruk. Logika pada awalnya dipelajari sebagai salah satu cabang filsafat atau filsafat. Tujuannya adalah untuk memberikan aturan kepada orang-orang untuk menentukan apakah suatu kalimat itu benar. Logika adalah metode atau teknik yang dirancang untuk mempelajari keakuratan penalaran. Logika mempelajari prinsip-prinsip penalaran yang benar dan penalaran yang valid. Ilmu ini pertama kali dikembangkan sekitar tahun 300 SM. oleh ARISTOTLE dan dikenal sebagai logika tradisional atau logika klasik. Dua ribu tahun kemudian, GEORGE BOOLE dan DE

[24] Penulis lahir di Jambi, 27 Desember 1992, Merupakan Dosen Program Studi Administrasi Pendidikan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Jambi, Menyelesaikan studi S1 di Prodi Pendidikan Biologi Jurusan Tarbiyah STAIN Kerinci Tahun 2014, Menyelesaikan S2 di Prodi Magister Manajemen Pendidikan Islam Tahun 2019.

MORGAN mengembangkan logika modern yang disebut logika simbolik karena penggunaan simbol-simbol logika secara intensif.

Menurut Amsal Bakhtiar logika adalah sarana untuk berpikir dengan sistematis, tertaur, terarah, valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Karena itu berpikir logis adalah berpikir sesuai dengan aturan-aturan berpikir, seperti setengah tidak boleh lebih dari satu. Dari pendapat di atas maka dapat disimpulkan logika merupakan suatu cara untuk mendapatkan suatu pengetahuan dengan menggunakan akal pikiran, kata dan bahasa yang dilakukan secara sistematis. (Bakhtiar, 2014). Hadiatmaja dan Kuswa Endah dalam Mukhtar juga menyatakan bahwa logika merupakan cabang dari filsafat ilmu yang membicarakan masalah berpikir yaitu mengikuti kaidah berpikir logis.

Dalam aktivitas berpikir kita sehari-hari, kita secara alami mengikuti hukum logika yang mengatur secara alami. Tetapi logika alami ini tidak cukup jelas untuk mencegah kita berbuat salah. Dalam kehidupan ini, tidak jarang manusia harus melakukan beberapa pemikiran yang agak sulit dan menyiksa, sehingga sangat penting bagi manusia untuk secara sadar dan jelas mengetahui hukum alam, pikiran, sehingga kita dapat secara sadar menerapkannya. Kita memiliki kepastian kesimpulan. Pengalaman juga memberitahu kita bahwa kita sering tersesat dalam pikiran kita. Memang, setelah hidup tersesat, kita dapat menganalisis kesalahan kita dan menemukan penyebabnya. (Machendrawaty, 2019).

Fallacy atau kekeliruan adalah suatu argumen yang kelihatannya valid, namun sebenarnya mengandung kesalahan tersendiri dalam penalarannya. Dalam konteks kepemimpinan pendidikan, kesalahan berpikir dapat berakibat serius karena dapat mempengaruhi keputusan yang diambil oleh pimpinan lembaga pendidikan. Di bawah ini adalah beberapa kesalahan berpikir yang sering terjadi dalam kepemimpinan pendidikan beserta contohnya:

1. *Ad Hominem*

Kekeliruan ini terjadi ketika argumen menyerang pribadi seseorang daripada substansi argumen yang diajukan. Misalnya, "Kebijakan ini tidak bisa diandalkan karena diusulkan oleh kepala sekolah yang tidak berpengalaman" (Walton, 2008).

2. *Straw Man*

Kekeliruan ini terjadi ketika seseorang mengubah argumen lawan menjadi bentuk yang lebih lemah atau salah, kemudian menyerang versi yang sudah dilemahkan tersebut. Contohnya adalah, "Guru tersebut menolak perubahan kurikulum, jadi dia tidak peduli dengan peningkatan kualitas pendidikan" (Copi & Cohen, 1990).

3. *False Dilemma*

Kekeliruan ini terjadi ketika hanya dua pilihan yang dihadirkan padahal masih ada pilihan lain yang memungkinkan. Contohnya, "Kita harus memilih antara menaikkan gaji guru atau membeli peralatan baru. Tidak ada pilihan lain" (Hurley, 2011).

4. *Appeal to Authority*

Kekeliruan ini terjadi ketika seseorang berpendapat bahwa sesuatu adalah benar karena dikatakan oleh figur otoritas, meskipun otoritas tersebut tidak memiliki keahlian dalam bidang yang dibahas. Misalnya, "Keputusan ini harus diikuti karena dinyatakan oleh pakar ekonomi terkenal" (Tindale, 2007).

5. *Slippery Slope*

Kekeliruan ini terjadi ketika diasumsikan bahwa satu tindakan akan mengarah ke serangkaian peristiwa negatif tanpa bukti yang cukup. Contohnya, "Jika kita membiarkan siswa membawa ponsel ke kelas, lama-kelamaan mereka tidak akan mendengarkan guru sama sekali" (Dowden, 2010).

6. *Post Hoc Ergo Propter Hoc*

Kekeliruan ini terjadi ketika seseorang menyimpulkan bahwa karena satu peristiwa terjadi setelah yang lain, peristiwa pertama adalah penyebabnya. Contohnya, "Setelah kita mengganti kepala sekolah, nilai siswa menurun. Jadi, kepala sekolah baru adalah penyebabnya" (Fischer, 1970).

Implikasi dalam Manajemen Pendidikan

Dalam manajemen pendidikan, kekeliruan berfikir dapat menghambat proses pengambilan keputusan yang efektif dan efisien. Berikut beberapa implikasi spesifiknya:

1. Pengambilan Keputusan yang Tidak Tepat

   Keputusan yang diambil berdasarkan kekeliruan berfikir cenderung tidak akurat dan tidak didasarkan pada data yang valid. Misalnya, mengganti metode pembelajaran tanpa analisis yang tepat bisa berdampak negatif pada kualitas pendidikan.

2. Efisiensi dan Alokasi Sumber Daya yang Tidak Optimal

   Manajemen yang dipengaruhi oleh kekeliruan berfikir mungkin tidak mengalokasikan sumber daya dengan benar. Misalnya, menghabiskan dana besar untuk teknologi yang tidak sesuai dengan kebutuhan bisa menyebabkan pemborosan.

3. Penurunan Moral dan Motivasi Staf

   Keputusan yang tidak logis atau tidak adil dapat menurunkan moral dan motivasi staf. Misalnya, keputusan sepihak tanpa konsultasi bisa menyebabkan ketidakpuasan di kalangan staf.

4. Hilangnya Kepercayaan dan Reputasi

   Keputusan yang didasarkan pada kekeliruan berfikir dapat merusak reputasi institusi pendidikan. Misalnya,

kebijakan yang tidak konsisten bisa membuat orang tua dan siswa meragukan kompetensi manajemen sekolah.

5. Ketidakadilan dalam Perlakuan dan Evaluasi

   Kekeliruan berfikir dapat menyebabkan perlakuan yang tidak adil terhadap siswa atau staf. Misalnya, evaluasi kinerja yang bias bisa merugikan individu yang sebenarnya kompeten.

Mengatasi Kekeliruan Berfikir

Untuk mengatasi kekeliruan berfikir, manajemen pendidikan harus:

1. Meningkatkan Literasi Logika: Pelatihan tentang dasar-dasar logika dan identifikasi kekeliruan berfikir bisa membantu pengambilan keputusan yang lebih baik.
2. Menggunakan Data yang Valid: Keputusan harus didasarkan pada data yang valid dan analisis yang cermat.
3. Melibatkan Pemangku Kepentingan: Konsultasi dengan berbagai pemangku kepentingan bisa memberikan perspektif yang lebih lengkap.
4. Mengadopsi Pendekatan Evaluasi yang Objektif: Menggunakan indikator yang objektif dalam evaluasi kinerja bisa mengurangi bias dan kekeliruan.

Kekeliruan berfikir dalam manajemen pendidikan memiliki implikasi luas, mulai dari pengambilan keputusan hingga kepercayaan publik terhadap institusi pendidikan. Oleh karena itu, penting bagi pengelola pendidikan untuk mengenali dan menghindari kekeliruan berfikir demi memastikan kebijakan dan keputusan yang diambil benar-benar bermanfaat bagi seluruh pemangku kepentingan.

Daftar Pustaka

Amsal, Bakhtiar. *Filsafat Ilmu*.Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

Copi, I. M., & Cohen, C. *Introduction to Logic*. Macmillan Publishing Company, 1990.

Dowden, B. H. *Logical Reasoning*. Wadsworth Cengage Learning, 2010.

Fischer, D. H. *Historians' Fallacies: Toward a Logic of Historical Thought*. Harper Torchbooks. 1970.

Hurley, P. J. A *Concise Introduction to Logic*. Wadsworth Cengage Learning, 2011.

Machendrawaty, Nanih. *Ilmu Mantik Pintu Utama Berpikir Logis*. Bandung: CV. Mimbar Pustaka. 2019.

Tindale, C. W. *Fallacies and Argument Appraisal*. Cambridge University Press, 2007.

Walton, D. N. *Informal Logic*: A Pragmatic Approach. Cambridge University Press, 2008.

Manajemen Pembelajaran Bahasa Inggris dalam Pengembangan Media Dakwah

Ambar Maolana, S.Pd.I M.Pd[25]
Institut Agama Islam
Latifah Mubarokiyah Suryalaya Tasikmalaya

"Bahasa Inggris merupakan bahasa pergaulan internasional nomor satu di dunia, dalam dunia pendidikan bahasa merupakan salah satu media untuk berdakwah"

Pada era masa kini peran bahasa asing dalam kehidupan sehari-hari menjadi sangat urgen, khususnya bahasa inggris yang merupakan bahasa pergaulan internasional nomor satu di dunia. Selain ditempatkan diposisi nomor satu, bahasa inggris juga merupakan bahasa ilmu pengetahuan dan teknologi, karenanya tanpa kemampuan bahasa inggris seseorang akan mengalami kesulitan dalam pergaulan dunia yang semakin terbuka, cepat dan tak terkendali. Bahasa Inggris juga merupakan bahasa kedua yang banyak digunakan sebagai bahasa sehari-hari di seluruh dunia, hal ini dibuktikan dengan gejala-gejala yang timbul dimasyarakat modern diseluruh belahan dunia yang merasa *fomo* dan minder apabila tidak menggunakan bahasa inggris.

[25] Penulis lahir di Tasikmalaya, 10 September 1991, merupakan Dosen di Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah, menyelesaikan studi S1 di Institut Agama Islam Latifah Mubarokiyah (IAILM) Suryalaya Tasikmalaya tahun 2015, menyelesaikan S2 di Pascasarjana Prodi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2021.

Di Indonesia, bahasa asing pertama yang diajarkan sebagai mata kuliah wajib di pendidikan menengah dan tinggi adalah bahasa Inggris. Tujuan utamanya untuk memberikan siswa kemampuan membaca buku teks bahasa Inggris di bidang terkait. Terlepas dari upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pengajaran terutama di sekolah menengah, hasilnya, sejauh ini, masih tidak memuaskan. Fenomena dilapangan menyebutkan bahwa masih banyak Guru Bahasa Inggris yang prihatin dalam mutu kualitas anak didiknya.

Definisi Manajemen Pembelajaran

Secara etimologis, menurut (Jahari, 2014) manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari asal kata *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Dalam Bahasa Inggris, manajemen berasal dari kata *to manage* yang berarti mengelola. Dalam Bahasa Arab yaitu: "Manajemen identic dengan kata *dabbara, yudabbiru, tadbiiran* yang berarti mengarahkan, mengelola, melaksanakan, menjalankan, mengatur, dan mengurusi.

Adapun secara terminologis, definisi manajemen dikemukakan oleh (George R. Terry & Leslie W. Rue, 2009) dengan redaksi yang berbeda-beda bahwa "Manajemen adalah suatu proses yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan pelaksanaan dan pengawasan, dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni, agar dapat menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya."

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen Pembelajaran adalah suatu proses yang khas terdiri atas tindakan-tindakan berupa perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilaksanakan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran atau tujuan-tujuan yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Definisi Bahasa

Menurut (Noermanzah, 2019) bahasa memiliki makna sebagai alat komunikasi atau deretan bunyi yang bersistem, berbentuk lambang, memiliki arti, bervariasi, dinamis dan alat interaksi sosial yang menggantikan individual dalam menyatakan sesuatu atau cara berekspresi kepada lawan tutur dalam suatu kelompok sosial maupun individu.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahasa sebagai alat komunikasi bermakna bahwa bahasa merupakan deretan bunyi yang bersistem, berbentuk lambang, bersifat arbitrer, bermakna, konfensional, unik, universal, produktif, bervariasi, dinamis, manusiawi, dan alat interaksi sosial yang menggantikan individual dalam menyatakan sesuatu atau berekspresi kepada lawan tutur dalam suatu kelompok sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dan identitas penuturnya

Definisi Media dan Dakwah

Secara bahasa, kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang berarti tengah, perantara atau pengantar (Arsyad, 2006), dengan kata lain media merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber ke penerima. Untuk itu dakwah merupakan media untuk meneruskan pesan dari komunikator kepada komunikan yang jauh tempatnya atau jumlahnya banyak.

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a, yad'u, da'watan,* yang berarti memanggil, mengundang atau mengajak (Yunus, 1973). Sedangkan secacra terminologi, dakwah adalah perintah atau seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Alloh yang benar.

Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa dakwah dimaksudkan sebagai kegiatan penyampaian pesan-pesan atau seruan agama kepada pemeluknya, baik secara lisan maupun secara tertulis, agar pemeluk agama bersangkutan dapat mengambil hikmah dan menaati aturan agamanya. Upaya

penyebarluasan seruan agama kepada pemeluknya tidak dapat lepas dari bahasa sebagai medium utamanya. Beberapa peristiwa sejarah penyebaran agama telah membuktikan besarnya peranan bahasa dalam kegiatan dakwah.

Dakwah sebagai Media Pengembangan Bahasa

Dalam kehidupan manusia khususnya sebagai makhluk sosial bahasa mempunyai peran yang tidak dapat digantikan. Dapat dibayangkan bagaimana nasib manusia jika tidak memiliki bahasa sebagai media komunikasi dalam segala aspek kehidupannya. Manusia dikatakan sebagai makhluk yang berfikir dan berbudaya karena memiliki bahasa. Dengan bahasalah manusia dapat berpikir dan menyataklan sesuatu kepada orang lain. Selanjutnya karena manusia berfikir dan berbudaya, maka manusia berbeda dengan binatang. Binatang tidak dapat berfikir dan berbudaya sebagaimana manusia karena tidak mempunyai bahasa.

Pentingnya bahasa Inggris sebagai bahasa global sudah tidak diragukan lagi, seperti yang dikatakan oleh (Abraham, 2012) *"The importance of English as a global language is unquestionable and become a competent user of this language is demand of the time"* bahwasanya menjadi pengguna bahasa yang mampu berbahasa Inggris adalah tuntutan setiap saat.

Dakwah merupakan proses penyampaian pesan atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai sarana penyampaiannya. Maka dari itu, dalam media berdakwah dibutuhkan suatu metode agar tujuan dakwah tercapai secara optimal seperti yang diharapkan. Ada tiga metode dakwah di era globalisasi, yaitu dakwah *bi al-kitabah* yaitu berupa buku, majalah, surat, surat kabar, spanduk, pamplet, lukisan-lukisan dan sebagainya. Dakwah *bi al-lisan*, meliputi ceramah, seminar, symposium, diskusi, khutbah, saresehan, brain storming, obrolan, dan sebagainya. Dan yang ketiga Dakwah *bi al-hal*, yaitu berupa prilaku yang sopan sesuai

dengan ajaran Islam, memelihara lingkungan, dan lain sebagainya.

Seorang yang menyampaikan dakwah dituntut untuk dapat berbahasa Inggris jika ingin dakwahnya bisa diterima dengan baik oleh para audien *(mad'u)*. Sehingga apa yang *da'i* inginkan bisa dilaksanakan oleh para audien *(mad'u)*. Benua Amerika dan Eropa merupakan benua-benua besar yang mempunyai warga negara yang mayoritasnya bisa berbahasa Inggris. Sehingga, sebagai seorang *da'i* apalagi yang berasal dari Indonesia, kemahiran berbahasa Inggris sangat diperlukan. Apalagi pada dua benua tersebut, mayoritas penduduknya bukan beragama Islam. Sebagai contoh, Dr. Zakir Naik yang merupakan seorang pendakwah dari India yang fenomenal, ia bisa berbahasa Inggris, sehingga sudah melakukan komunikasi dakwah di berbagai negara dengan sukses. Hal ini karena bahasa Inggris mempermudah penyampaian pesan kepada audien *(mad'u)*.

Seperti yang dikatakan oleh (Husnia, 2017) strategi dakwah yang dilakukan oleh Dr. Zakir Naik adalah strategi dengan menggunakan strategi hikmah, berbdebat, dan menulis buku dengan ilmu perbandingan agama yang ditulis oleh dirinya sendiri dalam mencari kebenaran dalam Islam. beliau sangat sukses terbukti dengan banyaknya jama'ah dari luar bahkan ratusan ribu yang masuk Islam.

Manajemen Pembelajaran bahasa Inggris dalam dunia pendidikan adalah termasuk sebuah media untuk berdakwah keseluruh dunia terutama dunia Barat seperti Amerika dan Eropa. Kita tetap mempelajari Islam dengan menggunakan bahasa aslinya yaitu bahasa Arab, setelah itu kita dapat menyebarkan ke orang-orang non muslim. Selain itu, alasan lain kenapa bahasa Inggris juga sangat penting adalah karena bahasa ini juga bisa digunakan sebagai media untuk menyelesaikan kesalahpahaman. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa selain dalam bidang politik, ekonomi, budaya, dan lain sebagainya, bahasa Inggris juga penting dalam bidang

pendidikan terutama pendidikan Islam yang ditujukan untuk komunikasi dakwah dengan negara-negara lain karena bahasa Inggris merupakan bahasa Internasional 'pemersatu' dunia.

Daftar Pustaka

Abraham, O. (2012). Teaching global English: A shift of focus on language skills. *The International Journal of Language Learning and Applied Linguistics World (IJLLALW)*, *1*(1), 1–12.

Arsyad, A. (2006). *Media Pembelajaran*. PT. Raja Grafindo Persada.

Chaer, A. (2012). *Linguistik Umum*. Rineka Cipta.

George R. Terry & Leslie W. Rue. (2009). *Dasar-dasar Manajemen*. Bumi Aksara.

Handayani, S. (2016). Pentingnya berbahasa Inggris dalam Menyongsong ASEAN Community 2015. *Jurnal Profesi Pendidik*, *3*(1).

Hill, A. A. (1958). Introduction to Linguistic Structures (From Sound to Sentence in English)/Archibald A. Hill. *NY: Harcourt, Brace \& Company*.

Husnia, Y. (2017). *Strategi Dakwah Dr. Zakir Naik*. UIN Raden Intan Lampung.

Jahari, A. dan J. (2014). *Manajemen Madrasah (Teori, Strategi dan Implementasinya)*. Alfabeta.

Kusuma, C. S. D. (2018). Integrasi bahasa inggris dalam proses pembelajaran. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, *15*(2), 43–50.

Mihaballo, Moses Adesan, H. S. dan S. (2012). *The Miracle of Language*. PT. Alex Media Komputindo.

Noermanzah, N. (2019). Bahasa sebagai alat komunikasi, citra pikiran, dan kepribadian. *Seminar Nasional Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 306–319.

Pateda, M. (2019). *Linguistik sebuah pengantar*. Angkasa.

Yunus, M. (1973). *kamus Arab-indonesia*. Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al Qur'an.

Membentuk Kelompok Informal dalam Konteks Kerja Formal

Leonardus Winokus Dino Setiawan,SE., MM[26]
STIE Karya Ruteng

"Kehadiran kelompok informal mengakomodir kedekatan di antara anggota-angota dan terbentuknya suasana kehidupan yang memiliki kesamaan semangat dan motivasi kerja"

Kelompok informal terbentuk, tanpa secara formal dispesifikasikan oleh seorang yang memiliki otoritas atau wewenang. Kelompok informal sering muncul dalam bentuk subkelompok-kelompok di dalam kelompok kerja yang dibentuk secara formal. Kita sering melihat bahwa dalam organisasi-organisasi dalam kehidupan masyarakat baik dalam bentuk Dewan kemasyarakatan, Organisasi Keagamaan dan Olahraga ataupun Rukun Warga dan Rukun Tetangga (RT/RW)pun tidak terlepas adanya kehidupan yang berkelompok. Informal group merupakan kelompok yang tidak

[26] Leonardus Winokus Dino Setiawan lahir di Ruteng tanggal 06 November 1985. Sebagai Staf Peneliti Menyusun Laporan Penelitian dan kelola Analisa Data Agustus 2011- Desember 2011di CV. Ansila Cipta Consultan Wilayah Kerja Kabupaten Manggarai Barat –NTT. Dari Agustus 2012 - November 2012 bekerja sebagai Staf Peneliti Menyusun Laporan Penelitian dan kelola Analisa Data di Wilayah Kerja Kabupaten Manggarai Timur –NTT. Dari bulan Agustus 2012 - Juli 2013 sebagai tenaga pengajar SMA dan SMK Yayasan Pendidikan Trisakti Ruteng. Sejak bulan November 2014- sampai sekarang Dosen Perguruan Tinggi STIE Karya Ruteng.

mempunyai struktur dan organisasi tertentu atau yang pasti. Mereka umumnya terbentuk karena pertemuan-pertemuan berulangkali yang menjadi dasar bertemunya kepentingan-kepentingan dan pengalaman- pengalaman yang sama (Dany Haryanto dan G Edwi Nugrohadi, 2011: 191).

Dapat kita lihat petunjuk kehadiran adanya kelompok ini dalam kegiatan rutinitas anggota di organisasi-organisasi tersebut misalnya, orang-orang yang sama cenderung memilih makan bersama, membentuk kelompok untuk bercerita pada waktu istirahat, atau melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan spontan pada pekerjaan mereka. Manusia sebagai makhluk sosial maksudnya manusia sebagai warga masyarakat. Meskipun mempunyai kedudukan dan kekayaan, dalam kehidupannya tentu membutuhkan pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya.

Setiap manusia cenderung untuk berkomunikasi dan manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial, tetapi juga sekaligus makhluk individu. Adler (dalam Alwisol, 2007:78) mengatakan setiap individu sebagai mahluk yang saling bergantung secara sosial. Oleh karena itu, jika manusia kadang-kadang mempunyai dorongan untuk mementingkan diri sendiri disamping mementingkan kepentingan sosialnya adalah hal yang wajar (Menurut Kunkel dalam Walgito, 2006:13).

Sebagai makhluk sosial, manusia akan berhubungan dengan manusia lain, sehingga mereka secara alami akan membentuk suatu kelompok Informal. Kelompok informal mempunyai budaya, nilai, dan aturan sendiri yang membentuk identitas dan kohesi mereka. Mereka juga memiliki pemimpinnya sendiri, yang mungkin sama atau tidak sama dengan pemimpin formal organisasi.

Para pemimpin ini dapat memiliki pengaruh yang kuat terhadap motivasi, kinerja, dan perilaku anggota kelompok. Kita dapat mengapresiasi dinamika kelompok informal dengan menghormati otonomi mereka, mengakui pemimpin mereka,

dan memahami harapan dan kebutuhan mereka. Adapun perbedaan kelompok formal dan kelompok informal adalah bahwa kelompok –kelompok informal muncul secara spontan, sedangkan kelompok-kelompok formal dibentuk oleh suatu otoritas keorganisasian.

Manusia memiliki kecenderungan untuk mencari keakraban dalam kelompok-kelompok tertentu. Dimulai dari adanya kesamaan tugas pekerjaan yang dilakukan, kedekatan tempat kerja, seringnya berjumpa, dan adanya kesamaan kesenangan bersama, maka timbulah kedekatan satu sama lain. Dampak positif dengan adanya kehidupan kelompok ini diantaranya adanya penambahan teman, relasi dan nantinya akan membentuk hubungan yang positif dengan rekan kerja. Selain hal itu, adanya kelompok ini dapat menjadi wadah untuk bertukaran pikiran dan menambah ilmu tentang suatu hal.

Kehadiran kelompok informal mengakomodir kedekatan di antara anggota-angota dan terbentuknya suasana kehidupan yang memiliki kesamaan semangat dan motivasi. Tentu saja, situasi ini akan berdampak pada terwujudnya pemenuhan kebutuhaan dari aspek-aspek kehidupan, baik di lingkungan organisasi maupun dalam situasi lain di luar organisasi. Kelompok informal sangat penting, sebab itulah faktor pembentuk kelompok informal juga mesti kita pahami dengan baik. Sebagai makhluk sosial, kita pasti saling tergabung dalam kelompok dan harus saling mempelajari satu sama lain demi keeratan antar anggota kelompok dan rasa solidaritas yang lebih baik.

Daftar Pustaka

Thoha, Miftah. 2008. Perilaku Organisasi; Konsep Dasar dan Aplikasinya. Jakarta : Raja Garfindo Persada.

Dany Haryanto, G. Edwi Nugrohadi, , 2011. Terbitan, : Prestasi Pustakaraya.

Walgito, B (2007) psikologi kelompok, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Winarti, 2004. Manajemen Perilaku Organisasi. Jakarta: Kencana.

Dinamika Perkembangan Perekonomian Indonesia

Bonefasius Berdi, SP., M.M[27]
STIE Karya Ruteng

"Pembangunan perekonomian Nasional Mewujudkan Kedaulatan Politik Dan Ekonomi Indonesia Melalui Pengelolaan Sumber Daya Ekonomi Dalam Iklim Pengembangan Dan Pemberdayaan"

Perekonomian merupakan sesuatu yang penting untuk memenuhi kebutuhan manuusia, selain itu ekonomi menjadi indicator tingkat kesejatraan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi didorong oleh beberapa faktor. sala satu faktor yang paling penting untuk mendorong perekonomian adalah sektor keuangan dan sektor riil. Ekonomi Indonesia merupakan ekonomi terbesar di asia tenggara dan merupakan salah satu ekonomi pasar dan berkembang. Sebagai negara penghasilan menengah dan anggota G 20, Indonesia tergolong dalam negara industri terbaru.

Pertumbuhan ekonomi 2023 dipraktikkan tetap kuat pada kisaran 4,5-5,3% didorong oleh peningkatan permintaan domestik baik konsumsi rumah tangga maupun investasi. Perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama

[27] Bonefasius Berdi, S.P., M.M lahir di Meler pada tanggal 14 Juli 1979 merupakan dosen tetap Yayasan sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE Karya) saat ini sedang menjabat sebagai Ketua STIE Karya sejak November 2023

berdasarkan asas-asas kekeluargaan. Pembangunan perekonomian nasional bertujuan untuk mewujudkan kedaulatan politik dan ekonomi Indonesia melalui pengelolaan sumber daya ekonomi dalam suatu iklim pengembangan dan pemberdayaan.

Koperasi yang memiliki peran strategis dalam tata ekonomi nasional berdasarkan asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi dalam rangka menciptakan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai kenaikan nilai GDP (Groos Domestic Product) dan GNP (*Gross National Product*) tanpa melihat apakah kenaikan tersebut lebih besar atau lebih kecil dari kenaikan jumlah penduduk atau perubahan pola dan struktur ekonomi terjadi atau tidak. Pertumbuhan ekonomi tersebut merupakan salah satu masalah klasik yang banyak di alami oleh negara berkembang, tidak terkecuali Indonesia.

Adapun beberapa pelaku-pelaku ekonomi yang ada di indonesia antara lain BUMN, Koperasi BUM Swasta, pelaku-pelaku ekonomi ini bisa menunjang pertumbuhan ekonomi. Manusia hidup dalam bentuk sistem yang berada dalam sebuah kelompok.secara sederhananya sistem di artikan sebagai interaksi, adanya keterhubungan, atau keterkaitan dari unsur unsur yang lebih kecil membentuk kesatuan yang lebih besar dan sifatnya lebih kompleks.

Sistem ekonomi adalah interaksi dari bagian yang kecil diantara produsen dan konsumen keedalam bagian ekonomi yang lebih kompleks di sebuah wilayah tertentu.Struktur ekonomi di negara sedang berkembang dan negara maju dilihat dari keadaan georgrafis, keadaan SDM, proses transformasi struktural, pendidikan, industri pertanian, kesehatan dan industri.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat perekonomian Indonesia pada tahun 2022 berhasil tumbuh 5,31 persen dibanding tahun sebelumnya (year-on-year/yoy). Perekonomian domestik tahun 2022 berhasil tumbuh berkat tingginya pertumbuhan pada triwulan IV-2022 yang naik 5,01 persen. Meski sempat mencatat pertumbuhan negatif saat diterpa badai pandemi COVID-19 pada tahun 2020, perekonomian nasional terus menunjukkan resiliensi dan beranjak pulih lebih cepat. Airlangga menyampaikan, bauran berbagai kebijakan dan strategi konstruktif yang diambil pemerintah, salah satunya melalui program penanganan COVID-19 dan pemulihan ekonomi nasional (PCPEN), merupakan kunci keberhasilan dalam mendorong laju ekonomi nasional. "Di tahun 2022 ini, [program] penanganan COVID-19 dan pemulihan ekonomi nasional menjadi kunci keberhasilan," ucapnya.

Dari sisi demand, mayoritas komponen pengeluaran pada kuartal IV-2022 tumbuh kuat. Didukung windfall komoditas unggulan, ekspor mampu tumbuh double digit mencapai 14,93 persen (yoy). Sementara itu, impor tumbuh 6,25 persen dengan didorong oleh kenaikan impor barang modal dan bahan baku. "Kontributor utama dari PDB [produk domestik bruto) adalah konsumsi. Sektor konsumsi ini tumbuh 4,48 persen yoy. Dari investasi atau PMTB (pembentukan modal tetap bruto) itu tumbuh 3,33 persen dan konsumsi rumah tangga sebesar 5,7 persen," ujarnya. Meski demikian, lanjut Airlangga, konsumsi pemerintah masih mengalami kontraksi sebesar -4,77 persen . Dari sisi supply, seluruh sektor lapangan usaha mengalami pertumbuhan positif di triwulan IV-2022. Sektor transportasi dan pergudangan menjadi sektor dengan pertumbuhan tertinggi yakni sebesar 16,99 persen diikuti oleh sektor akomodasi dan makan minum yang tumbuh sebesar 13,81 persen yang didorong oleh peningkatan mobilitas masyarakat serta peningkatan kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun wisatawan nusantara. Sektor industri pengolahan

sebagai kontributor terbesar PDB juga mencatatkan pertumbuhan positif sebesar 5,64 persen

Lebih lanjut Menko Perekonomian mengungkapkan, secara spasial seluruh wilayah di Indonesia terus mengalami penguatan. Pulau Jawa sebagai kontributor perekonomian nasional mampu tumbuh tinggi 56,48 persen diikuti oleh Pulau Sumatera 22,04 persen dan Kalimantan 9,23 persen. Lebih lanjut, Pulau Sulawesi 7,03 persen serta Maluku dan Papua juga tumbuh 2.50 persen beriringan dengan tingginya ekspor yang terjadi terutama akibat tingginya permintaan produk- produk komoditas unggulan di luar negeri.

Beberapa leading indicators menunjukkan prospek cerah yang akan menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia di tengah perlambatan kinerja ekonomi global. Permintaan domestik tetap menjadi penopang utama ekonomi nasional pada tahun 2023, tercermin dari IKK [indeks keyakinan konsumen] yang masih tinggi menggambarkan optimisme ekonomi Indonesia ke depan yang masih bisa lebih kuat lagi," ujar Airlangga. Indikator sektor eksternal Indonesia juga menunjukkan kondisi yang relatif baik dan terkendali, tercermin dari surplus transaksi berjalan, cadangan devisa yang terus meningkat, ekspor impor yang masih positif meski melambat, yield obligasi pemerintah yang melandai, nilai tukar rupiah dan indeks harga saham gabungan (IHSG) yang menguat, dan rasio utang luar negeri Indonesia terhadap PDB dalam level aman.

Kesimpulannya, pemerintah akan terus waspada dan antisipatif dengan kondisi pelambatan ekonomi global yang akan menurunkan tingkat permintaan. Dengan demikian, penguatan core ekonomi dalam negeri melalui konsumsi dan investasi akan menjadi faktor utama untuk meningkatkan resiliensi ekonomi Indonesia di tahun 2023, karena kinerja ekspor yang sebelumnya tumbuh tinggi diperkirakan akan melambat.

Kewirausahaan Ekologis Sebagai Upaya Pelestarian Lingkungan

Kirenius Conny Chapry Watang, S.T.,M.M[28]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Karya

"Kegiatan kewirausahaan yang memperhatikan dampak lingkungan merupakan bentuk tanggung jawab terhadap kelestarian Lingkungan"

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar didunia yang sangat kaya akan sumberdaya alam baik biotik maupun abiotik. Namun, seiring pertumbuhan populasi yang meningkat mendorong peningkatan kegiatan ekonomi yang berdampak pada kelestarian lingkungan. Peningkatan kegiatan ekonomi turut mengekspoitasi lingkungan dan menyumbangkan limbah hasil produksi bagi lingkungan.

Indonesia dewasa ini dihadapkan pada berbagai tantangan lingkungan yang perlu ditangani dengan serius. Tantangan serius yang dihadapi antara lain pencemaran udara dan air yang disebabkan aktivitas industri. Limbah industri dan rumah tangga yang tidak terkelola dengan baik mencemari sungai dan laut, mengancam kualitas air dan kehidupan ekosistem air. Pembukaan hutan dan perusakan ekosistem mengurangi

[28]Penulis lahir di Ruteng, 21 Oktober 1983, merupakan Dosen di Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Karya, menyelesaikan studi S1 di UPN Veteran Yogyakarta tahun 2007, menyelesaikan S2 di Pascasarjana Prodi Manajemen STIE YKPN Yogyakarta tahun 2020.

keanekaragaman hayati. Sampah Plastik kemasan industri manufaktur mencemar lingkungan darat maupun air, terutama ekosistem laut. *Deforestasi* mempengaruhi kelestarian hutan dan keanekaragaman hayati. Peningkatan suhu global menyebabkan kenaikan permukaan air laut yang mengancam keberadaan pantai-pantai di Indonesia, menyebabkan banjir dan abrasi. Berbagai tantangan di tas menyebabkan lingkungan semakin mengalami degradasi.

Degradasi lingkungan terus bertambah seiring bertambahnya waktu. Karena itu penting mengambil tindakan untuk memastikan kelestarian lingkungan. Melestarikan lingkungan merupakan tanggung jawab kepada generasi penerus yang mempunyai hak yang sama dengan kita untuk menggunakannya sebagai penopang kehidupan. Sadar akan tangungjawab maka banyak organisasi swasta, organisasi pemerintah dan individu melakukan gerakan untuk mengurangi dampak negatif kegiatan ekonomi terhadap kerusakan lingkungan. Gema gerakan organisasi lingkungan dan juga kesadaran akan bahaya kerusakan ekologis turut mendorong para wirausahawan untuk melakukan kegiatan dengan memperhatikan kelestarian linkungan tanpa mengeksploitasi sumberdaya biotik dan abiotik secara berlebihan. Kewirausahaan ekologis merupakan salah satu langkah yang dapat dicanangkan untuk melestarikan kelestarian lingkungan. Kewirausahaan ekologis tidak hanya berorientasi pada keuntungann saja tetapi peduli terhadap aspek lingkungan.

Kewirausahaan Ekologis

Kegiatan kewirausahaan merupakan kegiatan menghasilkan sebuah barang atau jasa yang berguna bagi kehidupan masyarakat. Kegiatan kewirausahaan mengasilkan barang atau jasa yang inovatif sehingga memiliki keunggulan kompetitif dari produk sejenis di pasar. Kegiatan

kewirausahaan menghasilkan barang dan jasa dengan cara kreatif dan inovatif yang bermanfaat bagi orang lain dan memberikan nilai lebih.

Kewirausahaan ekologis tidak hanya berusaha memberikan nilai lebih untuk menguasai pasar dan mendapatkan profit, tetapi juga memperhatikan dampak terhadap lingkungan. Proses kewirausahaan yang diterapkan tetap memperhatikan terciptanya bisnis yang mampu mengurangi bahkan mengatasi masalah lingkungan. Gwiny Schuyler (1998) mendefenisikan wirausahawan ekologis sebagai pengusaha yang dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya memikirkan keuntungan belaka tetapi juga peduli terhadap kelestarian lingkungan dalam praktek bisnisnya. Kewirausahaan ekologis merupakan kegiatan usaha yang memiliki wawasan lingkungan dalam prakteknya.

Wawasan lingkungan perlu dimiliki seluruh masyarakat untuk menghadapi tantangan lingkungan. Tantangan lingkungan yang ditandai dengan degradasi kualitas lingkungan perlu mendapat perhatian dari banyak pihak. Pihak yang dapat melakukan peran penting dalam memberikan informasi serta mengedukasi konsep kewirausahaan ekologis kepada masyarakat dapat mendorong masyarakat memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan dalam menjalankan usaha. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Pendidik. Pendidik dapat menjadi ujung tombak untuk mengedukasi peserta didik mengenai prinsip kewirausahaan ekologis. Dengan peran sebagai pendidik mengenalkan konsep kewirausahaan ekologis sejak dini agar dapat memumbuhkan kesadaran lingkungan dalam kegiatan ekonomi di masa yang akan datang.
2. Peneliti dan Penulis. Peneliti dan penulis dapat mengangkat isu keberlanjutan ekologis dalam dunia

wirausaha sehingga dapat menjadi perhatian yang serius bagi masyarakat dan pemerintah.

3. Organisasi lingkungan hidup. Organisasi Lingkungan Hidup dapat menyuarakan pentingnya kelesetarian lingkungan dalam kegiatan kewirausahaan.
4. Pemerintah. Pemerintah sebagai pembuat kebijakan yang mendukung kelestarian lingkungan dalam kegiatan kewirausahaan.

Bentuk-Bentuk Tindakan yang Dapat Dilakukan untuk Mendukung Kewirausahaan Ekologis

Selain mengedukasi dan mengkampanyekan kewirausahaan yang ekologis terdapat pula banyak tindakan yang dapat dilakukan salah satunya adalah prinsip 5R yaitu *Refuse, Reduce, Reuse, Recycle dan Rot. Refuse*. Prinsip ini dapat menjadi sumbangan besar bagi kelestarian lingkungan jika dilakukan banyak pihak. Prinsip 5R dapat membantu mengurangi degradasi atau dampak negatif lingkungan akibat kegiatan usaha.

1. *Refuse*. Merupakan konsep menolak atau menghindari penggunaan barang yang menimbulkan sampah. Misalnya menolak penggunaan kantong plastik, pamflet, brosur dan poster yang akan segera menjadi sampah.
2. *Redeuce.* Merupakan konsep mengurangi tumpukan sampah atau berusaha mengurangi sampah yang dihasilkan. Dapat dilakukan dengan mengurangi konsumsi sumberdaya alam dan produk yang menghasilkan limbah.
3. *Reuse.* Merupakan konsep menggunakan kembali barang yang masih dapat digunakan. Menggunakan barang yang dapat didaur ulang menjadi barang yang mempunyai fungsi yang sama.

4. *Recycle*. Merupakan konsep daur ulang mengolah kembali barang yang sudah digunakan menjadi barang yang lebih bernilai. Misalnya sampah plastik menjadi tas.
5. *Rot.* Merupakan Konsep composting. Pisahkan limbah organik dan anorganik. Limbah organik dapat menyebabkan polusi udara dan pencemaran air jika tidak terurai dengan sempurna. Limbah kegiatan wirausaha yang berupa sampah organik sebaiknya dibuat kompos. Kompos dapat mengurangi pencemaran lingkungan udara dan air.

Kewirausahaan ekologis akan terwujud jika kita semua merasa memiliki tanggung jawab kepada generasi selanjutnya. Lingkungan baik udara, tanah dan air adalah titipan untuk dijaga agar dapat tetap dirasakan manfaatnya bagi kehidupan generasi yang akan datang. Sumberdaya alam baik biotik maupun abiotik boleh digunakan untuk kegiatan kewirausahaan, tetapi harus dalam kapasitas terukur dan cara yang benar untuk menjaga kelestariannya. Kewirausahaan ekologis tidak hanya mengukur kapasitas dan cara penggunaan sumberdaya sebagai input proses kegiatan kewirausahaan tetapi juga mengukur kapasitas dan cara mengolah output (produk dan limbah) agar tidak berlebihan dan melampaui ambang batas yang dapat diterima lingkungan.

Daftar Pustaka

Schuyler, Gwyer, (1997), Merging Economic and Environmental Concerns through

Ecopreneurship. Digest Number 98-8

Peran Teknologi dalam Manajemen Sumber Daya Manusia Pendidikan untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran

Imamul Khaira, S.E., M.M[29]
Universitas Negeri Medan

"Teknologi meningkatkan efisiensi manajemen SDM pendidikan, dari rekrutmen hingga pengembangan profesional, namun harus diimplementasikan dengan bijak untuk meningkatkan kualitas pembelajaran"

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, termasuk dunia pendidikan. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dalam konteks pendidikan juga tidak luput dari pengaruh revolusi digital ini. Pengintegrasian teknologi dalam manajemen SDM pendidikan membuka peluang baru untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan pada akhirnya kualitas pembelajaran.

Dalam era digital ini, lembaga pendidikan dituntut untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi. Hal ini tidak hanya melibatkan penggunaan perangkat teknologi dalam proses belajar-mengajar, tetapi juga dalam pengelolaan sumber daya manusia yang ada di dalamnya. Guru, staf

[29] Penulis mupakan Dosen di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, menyelesaikan studi S1 Manajemen tahun 2015, dan menyelesaikan S2 Manajemen tahyn 2017.

administrasi, dan pemangku kepentingan lainnya dalam dunia pendidikan perlu dikelola dengan cara yang lebih canggih dan terstruktur untuk mengoptimalkan potensi mereka dalam meningkatkan kualitas pembelajaran.

Teknologi dalam Rekrutmen dan Seleksi SDM Pendidikan

Proses rekrutmen dan seleksi SDM dalam dunia pendidikan merupakan langkah awal yang krusial dalam membangun tim pengajar dan staf yang berkualitas. Teknologi telah mengubah cara lembaga pendidikan menemukan dan menyaring kandidat terbaik.

1. Sistem Aplikasi Online. Penggunaan sistem aplikasi online memungkinkan lembaga pendidikan untuk menjangkau kandidat potensial dari berbagai latar belakang geografis. Platform rekrutmen digital dapat mengotomatisasi proses penyaringan awal, menghemat waktu dan sumber daya manusia yang signifikan.
2. *Artificial Intelligence* (AI) dalam Penyaringan Kandidat. AI dapat digunakan untuk menganalisis resume dan dokumen aplikasi lainnya, mengidentifikasi kandidat yang paling sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Sistem berbasis AI juga dapat memprediksi kecocokan kandidat dengan budaya organisasi berdasarkan data historis.
3. Video Interview. Teknologi video interview memungkinkan lembaga pendidikan untuk melakukan wawancara jarak jauh, memperluas jangkauan geografis dan menghemat biaya perjalanan. Ini juga memungkinkan penyimpanan dan review ulang interview untuk analisis yang lebih mendalam.
4. Assessmen Online Tes kemampuan, kepribadian, dan keterampilan dapat dilakukan secara online, memberikan gambaran yang lebih komprehensif

tentang kemampuan kandidat sebelum tahap wawancara tatap muka.

Pengembangan Profesional Berkelanjutan

Teknologi membuka peluang baru dalam pengembangan profesional berkelanjutan bagi para pendidik dan staf pendukung.

1. *Platform E-learning*

   Platform e-learning menyediakan akses ke berbagai kursus dan pelatihan online yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Ini memungkinkan pendidik untuk terus mengembangkan keterampilan mereka tanpa harus meninggalkan kelas atau sekolah mereka.

2. *Micro-learning*

   Konsep *micro-learning*, di mana materi pembelajaran dipecah menjadi segmen-segmen kecil yang mudah dicerna, sangat cocok dengan gaya hidup sibuk para pendidik. Teknologi mobile memungkinkan akses ke konten micro-learning ini kapan saja dibutuhkan.

3. *Virtual Reality* (VR) dan *Augmented Reality* (AR)

   Teknologi VR dan AR dapat digunakan untuk simulasi pengajaran, memungkinkan pendidik untuk berlatih dalam lingkungan yang aman dan terkontrol sebelum menerapkan metode baru di kelas nyata.

Manajemen Kinerja dan Evaluasi

Teknologi telah mengubah cara lembaga pendidikan mengelola dan mengevaluasi kinerja SDM mereka.

1. Sistem Manajemen Kinerja Digital Platform digital untuk manajemen kinerja memungkinkan penetapan tujuan, tracking progress, dan evaluasi yang lebih transparan dan real-time. Ini memfasilitasi umpan balik yang lebih teratur dan konstruktif.
2. *360-Degree Feedback Tools* Alat umpan balik 360 derajat berbasis teknologi memungkinkan pengumpulan perspektif dari berbagai pemangku kepentingan - siswa, rekan kerja, atasan, dan orang tua - memberikan evaluasi yang lebih komprehensif.
3. *Self-Assessment Tools* Platform digital untuk *self-assessment* membantu pendidik dalam melakukan refleksi diri dan mengidentifikasi area untuk pengembangan lebih lanjut.

Kolaborasi dan Komunikasi

Teknologi telah secara drastis meningkatkan kemampuan kolaborasi dan komunikasi dalam lingkungan pendidikan.

1. Platform Kolaborasi *Digital Tools* seperti *Google Workspace for Education* atau *Microsoft Teams for Education* memungkinkan kolaborasi real-time antar pendidik, memfasilitasi berbagi ide dan praktik terbaik.
2. *Professional Learning Networks* (PLN) Media sosial dan platform networking profesional memungkinkan pendidik untuk membangun jaringan pembelajaran profesional yang luas, melampaui batas sekolah atau wilayah mereka.
3. Aplikasi *Messaging* Khusus Pendidikan Aplikasi messaging yang dirancang khusus untuk konteks pendidikan memungkinkan komunikasi yang aman dan efisien antara staf, siswa, dan orang tua.

Manajemen Pengetahuan dan Berbagi Praktik Terbaik

Teknologi memainkan peran kunci dalam mengelola dan menyebarluaskan pengetahuan dan praktik terbaik dalam organisasi pendidikan.

1. *Repository Digital Repository* digital menyimpan dan mengorganisir materi pengajaran, rencana pelajaran, dan sumber daya lainnya, memudahkan akses dan berbagi antar pendidik.
2. *Video Sharing Platforms Platform* berbagi video memungkinkan pendidik untuk merekam dan berbagi praktik pengajaran terbaik mereka, menciptakan perpustakaan sumber daya visual yang berharga.
3. *Artificial Intelligence* untuk Rekomendasi Konten AI dapat digunakan untuk menganalisis kebutuhan dan preferensi pembelajaran individu pendidik, merekomendasikan sumber daya dan pelatihan yang paling relevan.

Tantangan dan Pertimbangan Etis

Meskipun teknologi menawarkan banyak manfaat dalam manajemen SDM pendidikan, ada beberapa tantangan dan pertimbangan etis yang perlu diperhatikan:

1. Privasi Data Penggunaan data pribadi staf dalam sistem manajemen SDM harus mematuhi regulasi privasi data dan dilakukan dengan persetujuan yang jelas.
2. Keamanan *Cyber* Dengan semakin banyaknya data sensitif yang disimpan secara digital, keamanan *cyber* menjadi perhatian utama yang memerlukan investasi dan perhatian konstan.
3. Kesenjangan Digital Tidak semua staf mungkin memiliki akses atau keterampilan yang sama dalam menggunakan teknologi, sehingga perlu ada upaya untuk menjembatani kesenjangan digital ini.

Kesimpulan

Teknologi telah mengubah lanskap manajemen SDM dalam pendidikan secara signifikan. Dari rekrutmen hingga pengembangan profesional, dari manajemen kinerja hingga pengambilan keputusan strategis, teknologi menawarkan alat dan pendekatan baru yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Namun, penting untuk diingat bahwa teknologi hanyalah alat, dan keberhasilannya dalam meningkatkan kualitas pembelajaran sangat bergantung pada bagaimana ia diimplementasikan dan diintegrasikan dengan praktik manajemen SDM yang baik.

Lembaga pendidikan yang berhasil akan menjadi yang mampu memanfaatkan kekuatan teknologi sambil tetap mempertahankan fokus pada aspek manusia dari pendidikan. Mereka akan menggunakan teknologi untuk memberdayakan pendidik, bukan menggantikan mereka, dan untuk meningkatkan, bukan mengurangi, interaksi manusia yang penting dalam proses pembelajaran.

Dalam perjalanan menuju era pendidikan yang semakin digital, penting bagi para pemimpin pendidikan untuk terus mengevaluasi dan menyesuaikan pendekatan mereka, memastikan bahwa penggunaan teknologi dalam manajemen SDM selalu sejalan dengan tujuan utama: meningkatkan kualitas pembelajaran dan pengalaman pendidikan bagi semua peserta didik.

Pentingnya Mempelajari Manajemen Risiko bagi Mahasiswa

Purwati, S.E., M.M[30]
Politeknik Negeri Sriwijaya

"Kemampuan manajemen risiko, mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan kompleks dalam karir, dan menjalani kehidupan pribadi yang lebih terencana dan berkelanjutan"

Manajemen risiko adalah rangkaian dari proses identifikasi, penilaian, dan pengelolaan suatu risiko, yang bertujuan untuk mengidentifikasi potensi risiko, mengevaluasi dampaknya, dan mengambil langkah-langkah untuk mengurangi atau mengelola risiko tersebut secara efektif.

Pentingnya mahasiswa mempelajari manajemen risiko dapat dilihat dari beberapa sudut pandang yang relevan dengan perkembangan pribadi, profesional, dan kontribusi mereka terhadap masyarakat, antara lain dari sudut pandang:

1. Mempersiapkan karir dimasa depan, di dunia kerja kemampuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko merupakan keahlian yang sangat dicari. Bagi mahasiswa yang telah mempunyai

[30] Penulis lahir di Palembang, 11 Juli 1965, merupakan Dosen tetap di Program Studi Manajemen Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya sejak tahun 1988, menyelesaikan studi S1 di FE Unsri Palembang tahun 1997, menyelesaikan S2 di Pascasarjana Program Magister Management Unsri Palembang tahun 2004.

kemampuan untuk memahami manajemen risiko, pada saat nanti mereka bersaing di dunia kerja mereka memiliki keunggulan dalam merencanakan, mengorganisir, dan menjalankan proyek-proyek kerja mereka secara efektif, yang tentunya dapat meningkatkan prospek karir mereka.

2. Kemampuan dalam mengambil keputusan yang lebih baik, pemahaman tentang risiko membantu mahasiswa membuat keputusan yang lebih baik dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam mengelola keuangan pribadi, memilih investasi, atau mengambil keputusan dalam karir dan pendidikan mereka.
3. Kesiapan diri dalam menghadapi ketidakpastian, manajemen risiko mengajarkan mahasiswa untuk menghadapi ketidakpastian dengan lebih tenang dan efektif, karena mereka belajar untuk mengantisipasi dan merespons perubahan yang tidak terduga dengan lebih baik.

Sebaiknya kemampuan memahami konsep dan praktik manajemen risiko dimiliki oleh mahasiswa dari seluruh disiplin ilmu, baik mahasiswa dalam bidang bisnis, teknik, kesehatan, atau ilmu sosial untuk membantu mereka mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan mereka di bidang masing-masing dengan cara yang lebih terfokus dan efektif, karena menurut Standar Internasional Organisasi untuk manajemen risiko, ISO 31000, mendefinisikan risiko sebagai " efek ketidakpastian pada pencapaian tujuan.". Diharapkan dengan telah memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana me-*manage* risiko, mahasiswa mampu mengatasi efek dari ketidakpastian dalam pencapaian suatu tujuan.

Sebaiknya sejak dibangku kuliah mahasiswa telah memiliki pengetahuan tentang manajemen risiko, karena dapat membantu mereka menghindari atau mengurangi dampak dari berbagai risiko yang mungkin dihadapi selama masa kuliah.

Ada beberapa alasan mengapa manajemen risiko penting bagi mahasiswa antara lain dalam menghadapi masalah:

1. Keuangan, mahasiswa seringkali menghadapi risiko keuangan seperti biaya kuliah, biaya hidup, atau pinjaman. Dengan manajemen risiko yang baik, mereka dapat membuat anggaran, mengelola utang, dan menghindari utang yang tidak perlu.
2. Kesehatan dan Keselamatan, merupakan risiko terkait kesehatan dan keselamatan bisa termasuk kecelakaan, penyakit, atau masalah kesehatan mental. Mahasiswa perlu tahu bagaimana cara menjaga kesehatan mereka sendiri dan mengidentifikasi faktor risiko di sekitar mereka.
3. Risiko dalam hal akademik bisa berupa kesulitan dalam memahami materi, tekanan akademik, atau kegagalan akademik. Manajemen risiko bisa membantu mahasiswa untuk mengembangkan strategi belajar yang efektif dan mencari dukungan jika diperlukan.
4. Karier dan Pengembangan Pribadi, merupakan jenis risiko terkait karier bisa meliputi kesulitan dalam mencari pekerjaan, tidak memenuhi harapan dalam magang, atau tidak memiliki keterampilan yang dibutuhkan oleh pasar kerja. Mahasiswa perlu merencanakan langkah-langkah untuk meningkatkan keterampilan mereka dan membangun jejaring yang kuat.
5. Kehidupan Sosial mahasiswa, risiko sosial seperti konflik dengan teman sekamar, tekanan dari pergaulan, atau kecanduan sosial juga perlu dikelola. Mahasiswa perlu belajar bagaimana berkomunikasi dengan baik, menetapkan batas-batas yang sehat, dan mencari dukungan dari lingkungan sosial yang positif.

Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen risiko, mahasiswa dapat lebih siap menghadapi

tantangan dan meraih kesuksesan baik selama masa kuliah maupun setelah lulus. Namun sayangnya pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen risiko ini belum dimiliki oleh setiap mahasiswa, karena materi tentang manajemen risiko diperoleh mahasiswa dalam bentuk mata kuliah, yang diberikan hanya pada bidang studi tertentu saja. Pengalaman empiris dikalangan mahasiswa, mereka sering menghadapi beberapa kendala dalam mengelola risiko dengan efektif, seperti:

1. Kurangnya Pengetahuan dan Pemahaman, banyak mahasiswa mungkin tidak sepenuhnya memahami konsep dan praktik manajemen risiko. Mereka mungkin tidak terbiasa dengan identifikasi risiko, evaluasi risiko, dan strategi mitigasi yang tepat.
2. Keterbatasan Pengalaman, membuat mahasiswa belum memiliki pengalaman yang cukup dalam mengelola situasi-situasi risiko yang kompleks atau dalam konteks kehidupan nyata. Kurangnya pengalaman ini bisa membuat mereka lebih rentan terhadap kesalahan atau keputusan yang kurang tepat.
3. Tidak Adanya Rencana Jangka Panjang, banyak mahasiswa cenderung fokus pada tugas dan tantangan yang ada di depan mereka, tanpa merencanakan secara menyeluruh untuk jangka panjang. Ini bisa menyebabkan ketidaksiapan menghadapi risiko-risiko yang lebih kompleks atau jangka panjang.
4. Tingkat Stres dan Tekanan, mahasiswa menghadapi tekanan dari tugas-tugas akademik, sosial, dan keuangan yang dapat membuat mereka cenderung kurang fokus pada manajemen risiko. Mereka mungkin lebih condong untuk mengambil keputusan impulsif atau mengabaikan perencanaan yang matang.
5. Keterbatasan Sumber Daya, mahasiswa sering memiliki keterbatasan sumber daya seperti waktu, uang, atau akses terhadap informasi dan dukungan yang

dibutuhkan untuk melakukan manajemen risiko yang efektif.

6. Tidak Memiliki Perencanaan Darurat, beberapa mahasiswa mungkin tidak memiliki rencana darurat atau cadangan keuangan yang cukup untuk menghadapi kejadian tak terduga, seperti kehilangan pekerjaan paruh waktu bagi mahasiswa yang kuliah sambil kerja atau masalah kesehatan mendadak.
7. Kurangnya Dukungan atau Sumber Informasi, terkadang, mahasiswa kesulitan untuk mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar atau sumber informasi yang dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi risiko dan merumuskan strategi manajemen risiko yang tepat.

Mengatasi kendala-kendala ini membutuhkan pendekatan holistik, termasuk pendidikan yang lebih baik tentang manajemen risiko, pembelajaran dari pengalaman, pengembangan rencana jangka panjang, dan mendapatkan dukungan dari sumber daya yang tersedia di kampus atau komunitas. Dengan demikian, mahasiswa dapat lebih siap menghadapi tantangan dan meraih kesuksesan dalam kehidupan mereka terutama dalam era digital dan ketergantungan pada teknologi yang dihadapi oleh generasi Z saat ini, yang ternyata membuat mereka memiliki tingkat kecemasan dan stres lebih tinggi dari generasi sebelumnya, karena mereka menghadapi pasar kerja yang dinamis dan perkembangan teknologi yang pesat. Selain itu mereka juga menghadapi tekanan untuk mengkonsumsi barang dan layanan tertentu, termasuk pendidikan tinggi yang mahal dan gaya hidup yang konsumtif.

MADRASAH ALIYAH NEGERI 1 TUBAN

JL. H.O.S. COKROAMINOTO NO. 4 TUBAN – JAWA TIMUR

www.man1tuban.sch.id

PONDOK PESANTREN PUTRI

Al-Fathimiyyah Bahrul 'Ulum

TAMBAKBERAS

JOMBANG – INDONESIA

www.tambakberas.com

UNIVERSITAS NEGERI MALANG
UM

ORIENTASI BARU DALAM

MANAJEMEN DAN PENGEMBANGAN

Sumber Daya Manusia

Buku ini menawarkan pandangan segar tentang manajemen dan pengembangan sumber daya manusia di era digital. Dengan fokus pada inovasi dan adaptasi, buku ini mengeksplorasi bagaimana manajemen kinerja dan pengembangan SDM harus berkembang dalam menghadapi perubahan teknologi dan dinamika global. Di dalamnya, pembaca akan menemukan strategi peningkatan mutu manajemen dan SDM melalui pendekatan seperti self-management dan experiential learning. Buku ini juga menguraikan tantangan-tantangan dalam manajemen modern, serta strategi untuk mengatasinya, termasuk dalam bidang manajemen pendidikan dan kewirausahaan ekologis. Dengan memberikan wawasan mendalam dan praktis, buku ini menjadi panduan penting bagi para manajer, profesional SDM, dan semua yang berperan dalam pengembangan sumber daya manusia di tengah perubahan zaman.

Akademia Pustaka
Jl. Sumbergempol, Sumberdadi, Tulungagung
https://akademiapustaka.com/
redaksi.akademia.pustaka@gmail.com
@redaksi.akademia.pustaka
@akademiapustaka
081216178398

ISBN 978-623-157-108-3

View publication stats